



УТВЕРЖДЕНО
на заседании Академического Совета
Университета «Туран-Астана»
Протокол № 4 от «27» 02 2024 г
Председатель Академического Совета
профессор Г.А. Джапарова

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
6B06103 – «DIGITAL MARKETING»
СРОК ОБУЧЕНИЯ – 4 ГОДА
(ПРИЕМ – 2024 ГОДА)

**Каталог элективных дисциплин
ОП «6B06103 – Digital marketing»**

Код модуля	Наименование модуля	Код дисциплины	Наименование дисциплины	Краткое содержание	Количество кредитов (KZ/ECTS)	Семестр	Пререквизиты	Постреквизиты	Ожидаемые результаты изучения дисциплины
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Базовые дисциплины									
Компонент по выбору									
M3	Специальный	SMS / CMS / DMS 2201	Цифровой маркетинг стратегии	Цель изучения дисциплины: Приобретение знаний и навыков эффективного использования цифровых каналов для достижения бизнес-целей, разработки стратегии цифрового маркетинга, адаптированные под конкретные потребности и особенности бизнеса, в соответствии с изменяющейся ситуацией на рынке. В рамках данной дисциплины изучается: Основы цифрового маркетинга и его роль в современном бизнесе. Стратегии цифрового маркетинга: построение и оптимизация. Использование различных цифровых каналов и инструментов (социальные сети, контент-маркетинг, поисковая оптимизация, контекстная реклама и др.) для продвижения бренда и привлечения целевой аудитории. Анализ данных и метрик для оценки эффективности цифровых маркетинговых кампаний. Создание	5/5	4	Маркетинг	Современные маркетинговые исследования	1. Приобретаемые обучающимися знания: Основные принципы и концепции цифрового маркетинга. Специфика различных онлайн-платформ и социальных сетей для маркетинга. Техники анализа данных и метрик для оценки эффективности маркетинговых кампаний. Методы создания и оптимизации контента для онлайн-коммуникации с аудиторией. 2. Приобретаемые обучающимися умения: Составление и реализация цифровых маркетинговых стратегий. Работа с онлайн-инструментами для создания и распространения контента. Анализ и интерпретирование данных для принятия маркетинговых решений. Взаимодействие с целевой аудиторией через различные цифровые каналы. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Умение разрабатывать и проводить цифровые маркетинговые кампании, коммуникационные навыки для работы с аудиторией в онлайн-среде. Аналитические навыки для оценки

				цифровой маркетинговой стратегии и ее адаптация к изменяющимся рыночным условиям.					эффективности маркетинговых стратегий. Готовность к постоянному обучению и адаптации к изменениям в цифровой сфере.
МЗ	Специальный	SMT / ACM / DMA / 2201	Аналитика цифрового маркетинга	Цель изучения дисциплины: Изучение принципов и методов аналитики в цифровом маркетинге. Овладение инструментами для сбора, анализа и интерпретации данных о поведении пользователей в онлайн-среде. Развитие умения принимать обоснованные маркетинговые решения на основе данных. В рамках данной дисциплины изучается: Основы аналитики в цифровом маркетинге. Методы сбора и обработки данных о пользовательском поведении. Инструменты веб-аналитики, такие как Google Analytics. Анализ эффективности маркетинговых кампаний. Прогнозирование и оптимизация маркетинговых стратегий на основе данных.	5/5	4	Маркетинг	Прикладные маркетинговые исследования	1. Приобретаемые обучающимися знания: Основные понятия и методы аналитики в цифровом маркетинге. Понимание принципов работы инструментов веб-аналитики. Навыки сбора, обработки и интерпретации данных для принятия маркетинговых решений. 2. Приобретаемые обучающимися умения: Уметь анализировать данные о пользовательском поведении и эффективности маркетинговых кампаний. Работать с инструментами аналитики, такими как Google Analytics. Готовность к принятию обоснованных маркетинговых решений на основе данных. Уметь применять аналитические методы для оптимизации маркетинговых стратегий. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Студенты осваивают работу с основными инструментами аналитики, такими как Google Analytics, Яндекс.Метрика и Adobe Analytics, что помогает им оптимизировать маркетинговые стратегии и принимать обоснованные решения на основе данных. Кроме того, обучение включает в себя развитие коммуникационных навыков для эффективного обмена информацией и представления результатов анализа коллегам и заказчикам. Технические знания о функционировании интернета и веб-технологий также являются важной частью обучения. Все это делает студентов готовыми к успешной карьере в области цифрового маркетинга

МЗ	Специальный	MZhIK / PIM / UoAi M 2202	Применение искусственного интеллекта в маркетинге	Цель изучения дисциплины: программировать устройство, которые могут выполнять задачи, требующие высокой степени автономности и адаптивности в различных сферах жизни. Развитие этих навыков и компетенций позволяет специалистам в области маркетинга использовать потенциал искусственного интеллекта для создания более эффективных и персонализированных маркетинговых стратегий, что способствует увеличению конкурентоспособности и успешности компании на рынке. Таким образом, целью этой дисциплины является использование передовых технологий и методов для улучшения маркетинговых стратегий, увеличения эффективности рекламы и улучшения взаимодействия с клиентами. В рамках данной дисциплины изучается: Изучение базовых понятий по искусственному интеллекту. Постановка задачи для искусственного интеллекта. Основные этапы для построения нечеткой системы. Прогнозирование рыночного поведения. Анализ данных и прогнозирование. Персонализация маркетинга. Автоматизация маркетинговых процессов. Развитие и оптимизация маркетинговых стратегий. Исследование рынка и клиентского опыта. Эта дисциплина объединяет знания из области маркетинга, аналитики данных и искусственного интеллекта с целью создания более эффективных, персонализированных и инновационных маркетинговых стратегий и подходов.	5/5	5	Информационно-коммуникационные технологии	Основы алгоритмов и программирования	1. Приобретаемые обучающимися знания: Аналитика и обработка данных. Персонализация маркетинговых стратегий. Прогнозирование и оптимизация. Автоматизация процессов. Развитие инновационных решений. 2. Приобретаемые обучающимися умения: Умение анализировать данные. Персонализация маркетинговых стратегий. Прогнозирование и оптимизация. Работа с инструментами ИИ. Автоматизация процессов. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Аналитические навыки. Управление данными. Разработка стратегий на основе данных. Программирование и технические навыки. Умение работать с платформами и инструментами ИИ. Коммуникационные навыки. Способность к обучению и адаптации.
----	-------------	---------------------------	---	---	-----	---	---	--------------------------------------	--

МЗ	Специальный	N 2202	Нейромаркетинг	Цель изучения дисциплины: Цель изучения нейромаркетинга как дисциплины заключается в понимании того, как мозг человека реагирует на маркетинговые стимулы и как эти реакции влияют на поведение потребителей. Основная цель нейромаркетинга состоит в том, чтобы использовать знания о мозговых механизмах для оптимизации маркетинговых стратегий и улучшения эффективности рекламы, продаж и продуктов. В рамках данной дисциплины изучается: Мозговые процессы и реакции. Методы измерения мозговой активности. Влияние маркетинговых стратегий на поведение. Персонализация маркетинга. Прогнозирование рыночного поведения. Эта дисциплина объединяет знания из области маркетинга, аналитики данных и искусственного интеллекта с целью создания более эффективных, персонализированных и инновационных маркетинговых стратегий и подходов.	5/5	5	Информационно-коммуникационные технологии	Программирование на языках высокого уровня	1. Приобретаемые обучающимися знания: Понимание мозговых процессов. Когнитивные функции. Эмоциональные реакции. Методы измерения мозговой активности. Влияние маркетинговых стратегий. Персонализация маркетинга. Прогнозирование рыночного поведения. 2. Приобретаемые обучающимися умения: Понимать, как мозг реагирует на маркетинговые стимулы. Использовать знания о мозге для создания более привлекательных и эффективных маркетинговых стратегий. Анализировать и прогнозировать поведение потребителей на основе мозговых реакций. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Анализ мозговых реакций. Применение нейронаучных методов. Разработка маркетинговых стратегий. Прогнозирование рыночных тенденций.
МЗ	Специальный	ABN/OAP/FAP 2203	Основы алгоритмов и программирования	Цель изучения дисциплины: ставит целью получение теоретических знаний и практического опыта в области основ алгоритмизации задач, классификации языков программирования, типов данных, структур данных, их спецификации и реализации, взаимосвязь алгоритмов и структур данных В рамках данной дисциплины изучается: Общее представление о данных и их структурах. Взаимосвязь уровней представления данных с этапами проектирования программы. Абстрактные структуры данных. Логические структуры данных.	5/5	6	Информационно-коммуникационные технологии	Мобильные платформы и системы	1. Приобретаемые обучающимися знания: Этапы решения задачи на компьютере на основе парадигмы императивного программирования; понятие алгоритма и его основные свойства; основные понятия алгоритмической системы: представление информации в виде данных, система команд исполнителя, алгоритмический язык исполнителя; основные средства записи и типы алгоритмов; цели и составные части технологии нисходящего структурного проектирования алгоритмов и программ; алгоритмические структуры, их основные свойства и приемы

				Линейные списки. Древовидные (иерархические) структуры данных.				использования; понятие алгоритмического модуля и его свойства 2. Приобретаемые обучающимися умения: при решении стандартных задач профессиональной деятельности на основе парадигмы императивного программирования конкретизировать и описать основные понятия, результаты других научных дисциплин, данные и их типы средствами записи алгоритмов и программ 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: основными методами, способами и средствами переработки информации на основе парадигмы императивного программирования в соответствии с технологией нисходящего структурного проектирования.	
МЗ	Специальный	ZhDTB / PYaVU / PHLL 2203	Программирование на языках высокого уровня	Цель изучения дисциплины: направлено на приобретение навыков разработки программ с использованием современных языков программирования для решения практических задач. В рамках данной дисциплины изучается: Введение в программирование на языках высокого уровня. Типы данных. Операции над данными. Синтаксис языков высокого уровня. Основы разработки алгоритмов. Объектно-ориентированное программирование и шаблоны.	5/5	6	Информационно-коммуникационные технологии	Создание аналитических приложений на основе базы данных	1. Приобретаемые обучающимися знания: использовать терминологию и основные определения касательно изучаемой дисциплины; основные статические и динамические типы данных; основные инструментальные среды создания программного обеспечения на языках высокого уровня 2. Приобретаемые обучающимися умения: решать типовые задачи по программированию систем автоматизации на языках высокого уровня, в том числе с использованием специализированных пакетов и библиотек 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: разрабатывать комплексы технических средств, алгоритмов и программного для современных систем автоматизации технологических процессов с использованием языков высокого уровня для поиска ошибок и оптимизации программного обеспечения

МЗ	Специальный	OZhO/ OSS/ OSE 3101	Операционные системы и среды	Цель изучения дисциплины: овладение знаниями и навыками работы с основными компонентами операционных систем, управлении ресурсами компьютера, повышении производительности и обеспечении безопасности компьютерных систем. В рамках данной дисциплины изучается: Назначение и функции операционной системы. Типы операционных систем. Основные компоненты операционной системы. Файлы и каталоги. Процессы и потоки.	5/5	5	Информационно-коммуникационные технологии	Мобильные платформы и системы	1. Приобретаемые обучающимися знания: решать задачи функций, состава и принципов работы операционных систем и архитектуры современных операционных систем; расписать особенности построения и функционирования семейств операционных систем Linux и Windows; управлять ресурсами в операционной системе. 2. Приобретаемые обучающимися умения: управлять параметрами загрузки операционной системы; выполнять конфигурирование аппаратных устройств; управлять учетными записями, настраивать параметры рабочей среды пользователя; управлять дисками и файловыми системами, настраивать сетевые параметры, управлять разделением ресурсов в локальной сети 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: установить и работать в операционных системах Linux
МЗ	Специальный	LOZhN / OOSL/ LOSB 3101	Основы операционной системы Linux	Цель изучения дисциплины: приобретение знаний и навыков по работе в командной строке, управлению файловой системой, настройке сетевых соединений и установке программ для успешной работы в среде Linux. В рамках данной дисциплины изучается: История развития операционных систем Unix и Linux. Виртуальные машины. Операционные системы Linux и их дистрибутивы. Оболочки операционной системы Linux. Процессы. Взаимодействие процессов и синхронизация. Файловая система операционной системы Linux	5/5	5	Информационно-коммуникационные технологии	Создание аналитических приложений на основе базы данных	1. Приобретаемые обучающимися знания: знать предпосылки к появлению операционных систем и эволюцию операционных систем; 2. Приобретаемые обучающимися умения: устанавливать и настраивать операционные системы Linux; устанавливать права доступа к ресурсам операционной системы Linux 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: программировать на уровне операционной системы Linux
МЗ	Специальный	AZhN/ OIS/ BIS 3102	Основы информационных систем	Цель изучения дисциплины: получить знания необходимых для и использования информационных систем в различных сферах деятельности.	5/5	3	Информационно-коммуникационные технологии		1. Приобретаемые обучающимися знания: составлять структуру информационных систем, технических и программных средств; иметь представление о структуре информационного процесса и знать

				В рамках данной дисциплины изучается: Информационная система как основная часть системы управления. Задачи теории систем. Жизненный цикл информационных систем. Понятие проекта и сведения об управлении проектами. Методология и технология разработки ис.				основы организации информационных процессов 2.Приобретаемые обучающимися умения: использовать системный анализ при постановке и алгоритмизации задач информационной системы, определять концептуальную модель информационных систем 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: формировать задачи информационной системы, определять концептуальную модель информационных систем.
МЗ	Специальный	МВВ/Р BD/DP 3102	Программирование баз данных	Цель изучения дисциплины: овладение навыками проектирования, создания и управления базами данных с использованием языка SQL и современных инструментов программирования для эффективной работы с данными в различных приложениях. В рамках данной дисциплины изучается: Основы построения баз данных. Средства обеспечения безопасности баз данных. Физическая реализация безопасности базы данных. Управление правами доступа к данным.	5/5	3	Информационно-коммуникационные технологии	1.Приобретаемые обучающимися знания: демонстрировать основные методы описания данных и технологии: анализа информационных ресурсов предметной области; разработки моделей данных, проектирования и сопровождения базы данных и их безопасности. 2.Приобретаемые обучающимися умения: осуществлять проектирование безопасных базы данных; проводить анализ степени защищенности базы данных и повышения уровня защиты с учетом развития математического и программного обеспечения вычислительных систем; применять средства контроля целостности информации, организации взаимодействия с системой управления база данных, резервирования и восстановления баз данных. 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: проводить мероприятий по проектированию и сопровождению защищенных базы данных; организовать мероприятий для обеспечения безопасной обработки информации на средствах вычислительной техники с применением защищенных базы данных; эксплуатации защищенных базы данных; принятия решения по действиям в нештатных ситуациях, возникающих при

								функционировании защищенных базы данных; самостоятельного изучения и освоения новых методов и средств защиты базы данных.
МЗ	Специальный	IMzhV AK/ IIMVA / IMTW A 3103	Инструменты интернет маркетинга и веб аналитика	Цель изучения дисциплины: формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности. В рамках данной дисциплины изучается: Основы интернет-маркетинга: Включает в себя знакомство с основными концепциями, методами и стратегиями интернет-маркетинга. Инструменты интернет-маркетинга: Рассматриваются различные инструменты. Веб-аналитика Практические навыки	4/4	3	Информационно-коммуникационные технологии Маркетинг	1. Приобретаемые обучающимися знания: основы интернет-маркетинга, методы и стратегии продвижения в онлайн-среде, а также техники сбора 2. Приобретаемые обучающимися умения: умение использовать инструменты интернет-маркетинга, анализировать данные веб-аналитики, оптимизировать маркетинговые кампании 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: умение планировать и выполнять маркетинговые кампании в онлайн-среде, анализировать данные веб-аналитики для принятия обоснованных решений
МЗ	Специальный	UDZh O/ SiOBD/ BDCaP 3103	Сбор и обработка больших данных	Цель изучения дисциплины: обеспечить студентам понимание методов, инструментов и технологий для эффективного анализа, интерпретации и использования больших объемов данных в различных областях. В рамках данной дисциплины изучается: методы сбора, хранения и обработки больших данных, использование инструментов анализа данных, а также применение полученных знаний для решения задач в различных областях.	4/4	3	Информационно-коммуникационные технологии Маркетинг	1. Приобретаемые обучающимися знания: понимание методов сбора, хранения, обработки и анализа больших данных. 2. Приобретаемые обучающимися умения: навыки сбора, очистки, обработки и анализа больших объемов данных с использованием специализированных инструментов и программного обеспечения. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: способность проводить качественный анализ данных для принятия обоснованных решений, а также навыки коммуникации и сотрудничества в коллективе.

МЗ	Специальный	KM/MU/MS3 104	Маркетинг услуг	Цель изучения дисциплины: получение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга услуг В рамках данной дисциплины изучается: Сфера услуг в современной экономике. Развитие сферы услуг. Рынок услуг и его особенности. Особенности развития сферы услуг в РК. Услуги и сервис. Современные тенденции развития рынка услуг в РК и в мире. Влияние технологических факторов на сферу услуг. Роль демографического фактора в формировании спроса на услуги. Воздействие экономических факторов на сферу услуг. Природные факторы рыночного спроса на услуги. Воздействие политико-правовых факторов на сферу услуг. Влияние культурных факторов на сферу услуг. Услуга как рыночный продукт. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг. Маркетинг услуг туризма, сервиса и спорта. Маркетинг в розничной торговле. Маркетинг медицинских и образовательных услуг.	3/3	4	Маркетинг	Торговая политика и маркетинг	1. Приобретаемые обучающимися знания: -особенности развития предприятий сферы услуг -сравнительная характеристика основных концептуальных моделей маркетинга услуг -особенности комплекса маркетинга предприятий сферы услуг -о маркетинге в розничной торговле -особенности маркетинговой деятельности в сфере образовательных услуг 2. Приобретаемые обучающимися умения: -провести анализ состояния, тенденций и проблем развития рынка услуг -провести оценку комплекса маркетинга предприятия, работающего на рынке услуг. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -владеть культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; -участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, работающих на рынке услуг, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; -владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; -способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.
МЗ	Специальный	SM/TM 3104	Торговый маркетинг	Цель изучения дисциплины: получение знаний в области маркетинга коммерческой деятельности предприятий. В рамках данной дисциплины изучается: введение в торговый	3/3	4	Менеджмент	Международный маркетинг	1. Приобретаемые обучающимися знания: сущность, цели и задачи торгового маркетинга; качественные свойства процесса планирования сбыта, количественные взаимосвязи и закономерности развития коммерческой

				маркетинг, концепции управления маркетингом коммерческой деятельности предприятий, теоретико-методологические основы исследований, план торгового маркетинга, план производства и реализации, планирование обеспечения маркетинга, анализ инвестиционной, финансовой и социально-экономической эффективности реализации торгового маркетинга					деятельности предприятий; условия и факторы рациональной организации процесса торгового маркетинга, оптимально сочетающего функциональные, пространственные, временные и ресурсные параметры 2.Приобретаемые обучающимися умения: определять типы и особенности организации торгового маркетинга; принимать оптимальные маркетинговые решения, соответствующие общей маркетинговой стратегии предприятия и приоритетным направлениям его развития 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -навыки применения инструментов торгового маркетинга; -современных информационных технологий и системного анализа; -методов оценки и мониторинга эффективности торгового маркетинга.
МЗ	Специальный	SM3105	Стратегический маркетинг	Цель изучения дисциплины: получение знаний в области стратегического планирования маркетинговой деятельности предприятия. В рамках данной дисциплины изучается: сущность стратегического планирования маркетинговой деятельности предприятия в современных условиях, методология планирования. виды планирования, планирование производства продукции, планирование финансов. планирование материально-технического обеспечения, планирование сбыта продукции. стратегическое планирование. бизнес-планирование, оценка экономической эффективности маркетинга.	4/4	4	Маркетинг	Современные маркетинговые исследования	1.Приобретаемые обучающимися знания: -методов и инструментов проведения стратегического анализа и выбора стратегии маркетинга организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности -современные концепции в области стратегического маркетингового планирования, лучший отечественный и зарубежный опыт стратегической маркетинговой деятельности 2.Приобретаемые обучающимися умения: -применять методы и инструменты проведения стратегического маркетингового анализа и выбора стратегии маркетинга организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности, -критически оценивать разные подходы, методы и инструменты стратегической маркетинговой деятельности

								организации, их возможные последствия 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -навыки проведения стратегического маркетингового анализа и выбора маркетинговой стратегии организации; -навыки использования технологий и специальных инструментальных средств стратегического анализа и стратегического управления на всех этапах хозяйственной деятельности предприятия; -способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, -обосновывать и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами.
M3	Специальный	MZh/MP3 105	Медиа планирование	Цель изучения дисциплины: изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов. В рамках дисциплины изучается: -ключевые понятия теории медиапланирования; -основные параметры медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний; -исследовательский инструментарий, который используется в процессе медиапланирования; -технологии выбора рекламных носителей.	4/4	4	Маркетинг	Прикладные маркетинговые исследования 1.Приобретаемые обучающимися знания: -основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования; -конкретизировать свои знания, полученные в ряде других дисциплин, связанных с рекламой, освоить теоретическую базу -основные технологии медиапланирования; - модели прогнозирования рейтинга. 2.Приобретаемые обучающимися умения: -научиться составлять медиапланы конкретных рекламных и PR- кампаний. -составлять медиаплан и оценивать его эффективность; -оценивать отбор носителей рекламы; -проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок) 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -навыки работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования; -представления о сущности и структуре основных документов медиапланирования;

									-приемами и принципами составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.
МЗ	Специальный	KZMZ/SMI/MR3106	Современные маркетинговые исследования	Цель изучения дисциплины: получение знаний, умений и навыков по организации маркетинговых исследований. В рамках данной дисциплины изучается: процесс маркетингового исследования, типы маркетинговых исследований, определение цели маркетингового исследования, вторичные и первичные источники информации, методы обработки, анализа и использования вторичной информации, планирование сбора первичной маркетинговой информации, методы сбора первичной маркетинговой информации, качественные методы сбора информации, количественные методы сбора маркетинговой информации, этап сбора маркетинговой информации	5/5	5	Маркетинг	Маркетинговые коммуникации	1.Приобретаемые обучающимися знания: виды маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки, условия применения; технологии сбора и верификации маркетинговой информации, ее обработки и анализа; ведущие российские и зарубежные исследовательские компании и практику их работы; современные требования к маркетологу, работающему в области маркетинговых исследований и аналитической работы. 2.Приобретаемые обучающимися умения: планировать и организовывать проведение маркетингового исследования; координировать деятельность участников исследовательского процесса; организовывать и проводить самостоятельно маркетинговые исследования на различных рынках. 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: методами маркетинговых исследований для их реализации в практической деятельности; методами составления технических заданий на исследования; навыками планирования маркетинговых исследований; технологиями разработки аналитических отчетов о состоянии рынка и их презентации руководству компании
МЗ	Специальный	KMZ/PMI/AMR3106	Прикладные маркетинговые исследования	Цель изучения дисциплины: сформировать навыки прикладных маркетинговых исследований и их осознанности; механизма и закономерностей в сфере прикладных маркетинговых исследований В рамках дисциплины изучается: навыки проведения прикладных	5/5	5	Маркетинг	Некоммерческий маркетинг	1.Приобретаемые обучающимися знания: -знать сущность и способы формирования навыков в сфере прикладных маркетинговых исследований 2.Приобретаемые обучающимися умения: -осуществлять прикладные

				маркетинговых исследований; содержание процессов прикладных исследований в сфере маркетинговой деятельности					маркетинговые исследования, влияющие на эффективность процесса управления маркетингом 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -применять приобретенные компетенции, в т.ч. в рамках профессиональной деятельности, для формирования эффективных компетенций в сфере управления маркетинга
M3	Специальный	SSM/T PM310 7	Торговая политика и маркетинг	Цель изучения дисциплины: ознакомиться с различными инструментами политики маркетинга, продаж и решения основных маркетинговых задач В рамках дисциплины изучается: способы продвижения товаров через полезный или интересный контент. Использование для достижения целей маркетинга возможностей Интернета: статей в блоге; раздаток (whitepapers); инструкций; лендинг и кейсов; постов в соцсетях; ответов на вопросы на форумах и в комментариях; интервью; гостевых постов; постов в канале и в Телеграме.	5/5	5	Маркетинг	Маркетинговые коммуникации	1.Приобретаемые обучающимися знания: -в области изучения комплекса действий по привлечению неосознанно заинтересованных продуктом потребителей и их дальнейшей конвертации в клиентов и промоутеров с помощью современных инструментов интернет-маркетинга. 2.Приобретаемые обучающимися умения: -выстраивать отношения с подрядчиками услуг маркетинга 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -владение навыками разработки стратегии маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии; -создания системы анализа эффективности проводимых мероприятий в маркетинге.
M3	Специальный	KhM/ MM/I M3107	Международный маркетинг	Цель изучения дисциплины: получение знаний в области международного маркетинга. В рамках данной дисциплины изучается: основные понятия, субъекты. формирование современного международного маркетинга, особенности международного маркетинга развитых и развивающихся стран в условиях интернационализации и глобализации производственной и финансовой	5/5	5	Маркетинг	Некоммерческий маркетинг	1.Приобретаемые обучающимися знания: -сущность, виды и формы развития международного маркетинга; -особенности внешней и внутренней среды международного маркетинга; зависимость положительных и отрицательных сторон функционирования предприятия от существующей окружающей среды; -формы международного маркетинга и факторы, на них воздействующие 2.Приобретаемые обучающимися

				деятельности, международной экономической интеграции и стремлении повышения конкурентоспособности национальной экономики.					умения: -анализировать требования законодательства в сфере международного маркетинга; -выявлять тенденции изменения динамики конъюнктуры мировых рынков 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -навыки применения законодательных нормативов в сфере международного маркетинга; -навыки анализа рисков в международном бизнесе и определения путей их снижения; -навыки оценки эффективности принятого управленческого решения
МЗ	Специальный	3DBK mK/ liKd3D P/ 3DPTa C 3108	Инструменты и компоненты для 3D-печати	Цель изучения дисциплины: овладеть знаниями и практическими навыками по работе с программным и аппаратным обеспечением 3D-печати для создания прототипов и готовых изделий. В рамках данной дисциплины изучается: Геометрическое моделирование. Основные понятия трехмерного компьютерного моделирования. Программное обеспечение трехмерного моделирования. Модели объектов. Методы трехмерного компьютерного моделирования.	6/6	5	Информационно-коммуникационные технологии		1.Приобретаемые обучающимися знания: использовать основные понятия и термины геометрического моделирования в объеме, необходимом для практического использования; ключевые концепции трехмерного моделирования; термины, используемые в трехмерном моделировании; программное обеспечение для трехмерного моделирования; элементы моделей, обрабатываемые программное обеспечение. 2.Приобретаемые обучающимися умения: оформлять полученные рабочие результаты в виде презентаций, научно-технических отчетов, статей и докладов на научно-технических конференциях; согласованно решать задачи разработки алгоритма создания трехмерных моделей 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: создавать трехмерные модели различными методами.
МЗ	Специальный	KGzh3 D/ KGi3D/ CGa3D V 3108	Компьютерная графика и 3D визуализация	Цель изучения дисциплины: овладение навыками создания трехмерных моделей, визуализации и анимации объектов с помощью компьютерных технологий для использования в различных областях, включая архитектуру, мультимедиа,	6/6	5	Информационно-коммуникационные технологии		1. Приобретаемые обучающимися знания: демонстрировать методы и средства компьютерной графики и геометрического моделирования; основы векторной и растровой графики; теоретические аспекты фрактальной графики; основные методы

				игровую индустрию и многие другие. В рамках данной дисциплины изучается: Представление цвета в компьютере. Фракталы. Алгоритмы растеризации. Алгоритмы обработки растровых изображений. Фильтрация изображений. Векторизация. Двухмерные преобразования. Преобразования в пространстве.					компьютерной геометрии; алгоритмические и математические основы построения реалистических сцен; решать вопросы реализации алгоритмов компьютерной графики с помощью электронной вычислительной машины. 2.Приобретаемые обучающимися умения: реализовывать основные алгоритмы растровой и векторной графики; использовать графические стандарты и библиотеки. 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: разрабатывать модели компонентов информационных систем, включая модели баз данных; разрабатывать компоненты программных комплексов и баз данных, использовать современные инструментальные средства и технологии программирования; обосновывать принимаемые проектные решения, осуществлять постановку и выполнять эксперименты по проверке их корректности и эффективности.
МЗ	Специальный	IP/ IP/ IP 3109	Интернет-платформы	Цель изучения дисциплины: освоить инструменты для создания приложений и автоматизации бизнес-процессов без написания кода, ускорять и упрощать процесс разработки и более эффективно использовать свои ресурсы. В рамках данной дисциплины изучается: База Данных в No Code-Airtable. Чат-боты. Мобильные приложения без программирования. Веб-приложения без программирования. Инструменты для графического дизайна. Spark AR Studio	5/5	5	Информационно-коммуникационные технологии	Основы WEB дизайна и WEB программирования	1.Приобретаемые обучающимися знания: демонстрировать основы базы данных, мобильного приложения, Веб-приложения и компьютерной графики 2.Приобретаемые обучающимися умения: проектировать и создавать функций, быстро разрабатывать приложения без серьезных потерь качества. 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: разрабатывать платформы без использования кода
МЗ	Специальный	ITzhEK / ITEK/ ITaEC 3109	Интернет технологии и электронная коммерция	Цель изучения дисциплины: понимание основных концепций, инструментов и стратегий в онлайн-бизнесе для эффективного управления и развития электронных торговых платформ.	5/5	5	Информационно-коммуникационные технологии	Проектирование и разработка приложений	1. Приобретаемые обучающимися знания: знать виды, основные функции экономических информационных систем; современное состояние развития прикладных программных средств по специальности; место и роль информационных систем и технологий в развитии экономики; особенности

				В рамках данной дисциплины изучается: изучение основ интернета, веб-разработки, электронной коммерции, безопасности онлайн-транзакций, маркетинга в цифровой среде, а также анализа рынка и поведения потребителей в онлайн сегменте.					организационного, информационного и технического обеспечения комплексов экономических задач на ПЭВМ; основные методы и средства обеспечения безопасности и сохранности информации в вычислительных системах, сетях 2. Приобретаемые обучающимися умения: использовать компьютерные технологии для решения экономических задач; применять полученные теоретические знания и принимать обоснованные решения по выбору инструментальных средств, при решении финансовых и управленческих задач; использовать прикладные программные средства по специальности при решении задач оптимизации и др. экономических задач; проводить расчеты в табличных процессорах с использованием финансовых функций и специальных средств; пользоваться информационно-поисковыми языками систем, реализованных на современных ЭВМ; применять прикладные программные средства общего и прикладного назначения при решении практических задач 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: владеть навыками решения экономических задач с использованием новых информационных технологий; навыками использования системы управления базами данных в своей профессиональной деятельности; навыками работы с телекоммуникационными технологиями в применении к сфере экономики; методами эффективного использования современных персональных компьютеров для решения задач предметной области своей будущей деятельности; навыками самостоятельного усвоения новых знаний в области информационных технологий
--	--	--	--	---	--	--	--	--	---

МЗ	Специальный	IM / PM / SEM 3110	Поисковый маркетинг (SEM/SEO)	Цель изучения дисциплины: обучить студентов методам оптимизации веб-ресурсов для поисковых систем (SEO), управлению контекстной рекламой (SEM) и увеличению онлайн-видимости бренда, что способствует эффективной стратегии цифрового маркетинга и достижению бизнес-целей. В рамках данной дисциплины изучается: основы поискового маркетинга, включая поисковую оптимизацию (SEO) и контекстную рекламу (SEM). Обучаются методам аналитики и определению ключевых показателей успеха, а также изучаются последние тенденции и инновации в этой области.	5/5	6	Маркетинг	Экономический анализ маркетинговых решений	1. Приобретаемые обучающимися знания: Студенты приобретают знания об основах поискового маркетинга, включая SEO и SEM. Они изучают методы оптимизации веб-сайтов, создания и управления рекламными кампаниями в поисковых системах 2. Приобретаемые обучающимися умения: Студенты приобретают умения в анализе ключевых факторов поисковой видимости, оптимизации веб-страниц для улучшения позиций в поисковых результатах (SEO) и создании контекстных рекламных кампаний (SEM) 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Студенты приобретают навыки анализа и оптимизации веб-страниц, управления рекламными кампаниями, а также использования аналитики для оценки эффективности маркетинга в поисковых системах.
МЗ	Специальный	MMzh MA/ KMMA / CMan MA 3110	Контент-моделирование и маркетинговая автоматизация	Цель изучения дисциплины: понимание основных принципов функционирования интернета, развитие навыков работы с онлайн-платформами для успешного осуществления бизнеса в цифровой среде. В рамках данной дисциплины изучается: изучение основ интернета, веб-разработки, электронной коммерции, безопасности онлайн-транзакций, маркетинга в цифровой среде, а также анализа рынка и поведения потребителей в онлайн-сегменте.	5/5	6	Маркетинг	PR в сфере экономики и управления	1. Приобретаемые обучающимися знания: -программные и аппаратные средства и технологии создания цифрового контента; -программные и аппаратные средства и технологии создания цифрового контента; -информационные сервисы (контент-сервисы); -инструментальные средства проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет-ресурсов 2. Приобретаемые обучающимися умения: -инсталлировать программные и аппаратные средства для создания контента Интернет-ресурсов; -управлять цифровым контентом Интернет-ресурсов с использованием систем управления контентом

									3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: навыками устанавливать программные и аппаратные средства и технологии для создания контента Интернет-ресурсов
МЗ	Специальный	WDW BN/OWD WP/FWDW P 3111	Основы WEB дизайна и WEB программирования	Цель изучения дисциплины: овладение общей методикой дизайн-проектирования web-сайта, технологиями художественного оформления web-сайта, технологией размещения, поддержки и сопровождения web-сайта на сервере. В рамках данной дисциплины изучается: Web-дизайн: структура и содержание. Технологии создания web-сайта. Серверные технологии. PHP. Технологии создания web-сайта. Технологии стороны клиента. Сценарии и обработка события. JavaScript. Продвижение web-сайта в сети Интернет	6/6	6	Интернет-платформы	Мобильные платформы и системы	1. Приобретаемые обучающимися знания: методы проектирования web-сайта как статичной информационной системы; методы проектирования web-сайта как динамичной информационной системы; принципы построения композиции web-сайта; принципы цветового оформления web-сайта, психологию цвета, психологию восприятия изображений; теорию использования графики на web-страницах; методы обработки и редактирования цифровых изображений; программные средства стороны клиента, используемые для создания web-страниц; программные средства стороны сервера, используемые для создания web-страниц; программные средства, используемые для размещения и сопровождения web-страниц; методы оптимизации web-сайта для продвижения в сети Интернет. 2. Приобретаемые обучающимися умения: использовать графические программы для создания чертежей информационной архитектуры web-сайта; использовать графические редакторы для обработки изображений, размещаемых на web-сайте; использовать графические редакторы для создания дизайна страниц web-сайта; использовать WYSIWYG-редакторы для создания web-страниц. использовать язык гипертекстовой разметки HTML для создания web-страниц; создавать динамические web-страницы с использованием JavaScript; использовать объектно-ориентированные технологии для создания web-страниц; осуществлять доступ к базам данных при проектировании web-сайта; настраивать конфигурацию web-сервера.

									3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: общей методикой дизайн-проектирования web-сайта; технологией проектирования структуры web-сайта как информационной системы; технологиями разработки и художественного оформления web-сайта; технологией оптимизации изображений для размещения на web-сайте; технологией создания web-сайта средствами программирования на стороне клиента; технологией оптимизации web-сайта для продвижения в сети Интернет; технологией размещения web-сайта на сервере; технологией поддержки и сопровождения web-сайтов
МЗ	Специальный	KZhA/PRP/ADD 3111	Проектирование и разработка приложений	Цель изучения дисциплины: сформировать способность принимать участие в создании и управлении ИС на всех этапах жизненного цикла, эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы, навыки аналитической деятельности: способность проводить оценку экономических затрат на проекты по информатизации и автоматизации решения прикладных задач В рамках данной дисциплины изучается: Приемы обеспечения технологичности программных приложений. Определение требований к программному приложению и исходных данных для его проектирования. Проектирование программного приложения при структурном подходе. Анализ требований и определение спецификаций программного приложения при объектном подходе. Проектирование программного приложения при объектном подходе. Разработка пользовательских интерфейсов. Тестирование программного приложения	6/6	6	Интернет технологии и электронная коммерция	Создание аналитических приложений на основе базы данных	1. Приобретаемые обучающимися знания: языки программирования и разметки для разработки клиентской и серверной части веб-приложений; принципы проектирования и разработки информационных систем 2. Приобретаемые обучающимися умения: разрабатывать программный код клиентской и серверной части веб-приложений; разрабатывать и проектировать информационные системы 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: использования специальных готовых технических решений при разработке веб-приложений; выполнения разработки и проектирования информационных систем.

M3	Специальный	ММ/ММ/ММ 3112	Мобильный маркетинг	Цель изучения дисциплины: ознакомить студентов с основными принципами, стратегиями и инструментами маркетинга, специфическими для мобильных устройств и приложений. Это включает в себя изучение специфики мобильного рынка, поведения пользователей мобильных устройств, разработки и оптимизации мобильных маркетинговых кампаний В рамках данной дисциплины изучается: ряд ключевых аспектов, связанных с мобильными устройствами и их использованием в маркетинге. Студенты узнают о современных технологиях и платформах, связанных с мобильным маркетингом, анализируют методы сбора и анализа данных о поведении пользователей мобильных устройств, изучают стратегии создания контента и проведения рекламных кампаний для мобильных устройств.	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена 1. Приобретаемые обучающимися знания: Знать основные принципы и методы мобильного маркетинга, включая создание и оптимизацию мобильных сайтов и приложений, использование мобильных рекламных платформ, анализ эффективности мобильных маркетинговых кампаний, а также юридические и этические аспекты мобильного маркетинга. Они будут знакомы с тенденциями и инновациями в области мобильного маркетинга и уметь применять их на практике. 2. Приобретаемые обучающимися умения: Понимать ключевые концепции и термины этой области, разрабатывать стратегии мобильного маркетинга для различных бизнес-сценариев, создавать и оптимизировать мобильные сайты и приложения, проектировать и проводить мобильные маркетинговые кампании, оценивать их результаты с помощью аналитических инструментов, соблюдать правовые и этические нормы. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Разработать и оптимизировать мобильных сайтов и приложений. Провести анализ мобильных маркетинговых кампаний. Использовать мобильных рекламных платформ и инструментов. Применить знаний о технологических и социальных аспектах мобильного рынка для разработки стратегий мобильного маркетинга. Работать с данными и аналитика для оценки эффективности мобильных маркетинговых действий. Принят обоснованных решений на основе анализа данных и трендов в мобильной индустрии. Креативно мыслить и способность создавать инновационные маркетинговые подходы для мобильных устройств.
----	-------------	------------------	---------------------	---	-----	---	-----------	--

M3	Специальный	IZh/ RI/ AothI 3112	Маркетинг в социальных сетях	Цель изучения дисциплины: Знание принципов и методов маркетинга, специфических для социальных сетей. Основная цель заключается в приобретении студентами знаний и навыков, необходимых для эффективного использования социальных сетей в качестве инструмента маркетинговой коммуникации. Изучать особенности анализа и управления информацией в социальных сетях, а также способы взаимодействия с аудиторией через данные платформы. Основное внимание уделяется разработке стратегий присутствия бренда в социальных сетях, созданию и продвижению контента, анализу данных и метрик эффективности маркетинговых кампаний. В рамках данной дисциплины изучается: Особенности социальных сетей как платформ для маркетинга. Инструменты и техники продвижения товаров и услуг в социальных медиа. Анализ поведения пользователей в социальных сетях и его использование для маркетинговых целей. Создание и управление сообществами и группами в социальных платформах. Оценка эффективности маркетинговых кампаний в социальных сетях. Правовые и этические аспекты маркетинга в социальных медиа. Тенденции развития социального маркетинга и инновации в этой области.	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: Понимание основных принципов и методов маркетинга в социальных сетях. Умение разрабатывать и адаптировать маркетинговые стратегии для социальных платформ. Навыки создания и продвижения контента, привлекающего внимание аудитории. Анализ и интерпретация данных, полученных из социальных сетей для оценки эффективности маркетинговых кампаний. Взаимодействие с потребителями через социальные сети и управление брендом в онлайн-среде. Оценка и использование метрик для определения успешности маркетинговых действий в социальных сетях. 2. Приобретаемые обучающимися умения: Разработать стратегию маркетинга для социальных сетей. Создать контент для публикации в социальных медиа. Управлять рекламными кампаниями в социальных сетях. Анализировать данные для оптимизации маркетинговых действий. Взаимодействовать с аудиторией через социальные платформы. Использовать инструменты для мониторинга и аналитики в социальных медиа. Оценивать эффективность маркетинговых кампаний в социальных сетях. Адаптировать маркетинговые стратегии под различные социальные платформы и аудитории. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: Понимать основных принципов и методов маркетинга в социальных сетях. Разрабатывать стратегии маркетинга для социальных сетей, адаптированные под различные целевые аудитории. Навыки создания привлекательного контента и его эффективного продвижения в социальных медиа. Уметь проводить анализ данных из социальных сетей для определения эффективности
----	-------------	---------------------	------------------------------	---	-----	---	-----------	-----------------------------	---

								маркетинговых кампаний и взаимодействия с аудиторией. Работа с платформами для аналитики и мониторинга социальных медиа. Навыки коммуникации и взаимодействия с аудиторией через социальные медиа.	
M3	Специальный	KSKK T/ TSKSP / TCCSA 3113	Технология создания клиент-серверных приложений	Цель изучения дисциплины: Цель заключается в овладении студентами знаниями, умениями и навыками, необходимыми для разработки современных клиент-серверных приложений. Подготовка студентов к проектированию, разработке и поддержке клиент-серверных приложений, способных эффективно взаимодействовать с пользователями через сеть. В рамках данной дисциплины изучается: Принципы работы клиент-серверной архитектуры. Основные технологии и протоколы взаимодействия между клиентом и сервером. Методы проектирования и реализации клиентской и серверной частей приложений. Инструменты разработки и отладки клиент-серверных приложений. Практические аспекты развертывания и поддержки клиент-серверных приложений. Технологии и протоколы взаимодействия между клиентом и сервером (HTTP, TCP/IP и др.).	5/5	7	Информационно-коммуникационных технологий	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: понимание архитектуры клиент-серверных приложений, технологий и протоколов связи, основ проектирования интерфейсов и баз данных для клиент-серверных приложений, а также методов тестирования и отладки таких приложений. Знания о принципах работы клиент-серверных приложений, архитектуре RESTful и SOAP, методах аутентификации и авторизации. 2. Приобретаемые обучающимися умения: способность проектировать и разрабатывать клиентскую и серверную части приложений, умение использовать современные инструменты разработки, а также анализировать и устранять ошибки в клиент-серверных приложениях. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: способность эффективно работать в команде разработчиков клиент-серверных приложений, принимать обоснованные технические решения, адаптироваться к изменениям в технологическом стеке и требованиям рынка. Навыки анализа и устранения ошибок в клиент-серверных приложениях, а также тестирования и оптимизации их производительности. Компетенции в области командной работы, принятия обоснованных технических решений и адаптации к изменениям в технологическом стеке.
M3	Специальный	MKT/ TBD/ TD 3113	Теория баз данных	Цель изучения дисциплины: овладеть теоретическими знаниями и навыками проектирования и управления базами данных для обеспечения эффективного хранения,	5/5	7	Информационно-коммуникационных технологий	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: показывать основные схемы, применяемые при проектировании и использовании современных баз данных, иметь основные понятия о системах

				организации и использования данных в информационных системах. В рамках данной дисциплины изучается: Теоретические, методологические и практические построения систем реляционных баз данных на основе реляционной алгебры и метода ER-диаграмм, методах приведения структур базы данных к нормальным формам.					управления данными, навыки работы с системой управления база данных Access и MS SQL Server, понимать проблематику предметной области, свободно ориентироваться в основных понятиях и концепциях баз данных 2. Приобретаемые обучающимися умения: создавать базы данных с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности. 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: строить простые логические схемы для использования реляционных систем управления база данных; проектировать схемы баз данных с использованием метода ER-диаграмм.
M3	Специальный	MPZh/ MPS / MPS 3114	Мобильные платформы и системы	Цель изучения дисциплины: овладение знаниями и практическими умениями в области разработки мобильных приложений для различных платформ и устройств. В рамках данной дисциплины изучается: архитектурой мобильных устройств и операционных систем; языки программирования, фреймворки и инструменты разработки мобильных приложений;	5/5	7	Основы WEB дизайна и WEB программирования	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: демонстрировать архитектуру мобильных устройств и операционных систем; Основы программирования мобильных приложений; Способы разработки и тестирования мобильных приложений; Особенности проектирования пользовательского интерфейса для мобильных устройств; 2. Приобретаемые обучающимися умения: Проектировать и разрабатывать мобильные приложения; Разрабатывать пользовательский интерфейс для мобильных устройств; Использовать современные инструменты и средства для разработки мобильных приложений; 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: работать с инструментами и средствами разработки мобильных приложений; работать в команде разработчиков мобильных приложений;
M3	Специальный	DKNA K/ SAPOB D/ BAAB	Создание аналитических приложений на основе базы данных	Цель изучения дисциплины: заключается в приобретении знаний и навыков по созданию эффективных аналитических приложений, используя базы данных в качестве основы для	5/5	7	Проектирование и разработка приложений	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: демонстрировать принципы работы интернет-приложений; основные принципы кросс-браузерной верстки; принципы обмена данными между

		D 3114		хранения и обработки данных. В рамках данной дисциплины изучается: Основы создания Веб-страниц. Гипертекстовые ссылки и иллюстрации на Веб-страницах. Форматирование таблиц. Фреймы и формы.					клиентами и сервером в сети Internet: о правила адресации устройств в сети; о протокол HTTP; форматы передачи данных: о JSON; о XML . 2.Приобретаемые обучающимися умения: профессионально выстраивать стратегию разработки и реализации web-приложений; планировать архитектуру веб-приложений с учетом современных тенденций разработки; выявлять общие характеристики у разнотипных данных и обрабатывать их с применением принципов объектно-ориентированного проектирования. 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: использовать навыки практического алгоритмов и структур данных при решении конкретных задач; навыками практического применения концепций объектно-ориентированного программирования; практической работы по созданию и разработке web-приложений.
M3	Специальный	KZBT VZh/ SOTSV / MCTV S 3115	Современные облачные технологии и системы виртуализации	Цель изучения дисциплины: получение теоретических знаний и практических навыков по архитектуре «облачных» технологий, способам и особенностям проектирования «облачных» сервисов. В рамках данной дисциплины изучается: «Облачные» вычисления. Основные характеристики Масштабирование. Эластичность. Мультитенантность. Отказоустойчивость.	5/5	7	Основы информационных систем	Сдача комплексного экзамена	1.Приобретаемые обучающимися знания: демонстрировать цели и задачи облачных технологий предпосылки миграции в облака основные понятия, функции и тенденции развития облачных технологий виды облачных архитектур 2.Приобретаемые обучающимися умения: выявлять автоматизированные и бизнес-процессы, которые эффективнее перенести в облака оценивать возможные риски использования облачных технологий выбирать оптимальную стратегию перехода на облачные технологии 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: определять методы оценки стоимости работы программных систем в облаках методами разработки стратегии выхода компании на использование облачных технологий

М3	Специальный	BEN/OOV/CCB 3115	Основы облачных вычислений	Цель изучения дисциплины: сформировать у слушателей необходимый объем теоретических и практических знаний о технологии облачных вычислениях, умений и навыков практической реализации выгод облачных технологий в современном бизнесе, изучение инструментальных средств данной технологии. В процессе прохождения курса студентами будут освоены технология создания облачного сервиса, работа с существующими облачными сервисами, студенты научатся использовать облачные вычисления и будут готовы к применению технологии облачных вычислений при решении задач оптимизации ИТ-процессов. В рамках данной дисциплины изучается: -основные понятия и терминологию облачных технологий; -области применения облачных технологий; -концепцию облачных вычислений применительно к бизнес-деятельности; -знать основные принципы облачных вычислений, принципы и методы разработки приложений для облачных систем с использованием различных платформ; -инфраструктуру облачных вычислений; -вопросы безопасности, масштабирования, развертывания, резервного копирования в контексте облачной инфраструктуры	5/5	7	Программирование баз данных	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: -пользоваться приемами облачного программирования; -оценка эффективности применения, долгосрочных перспектив, изучение экономики облачных вычислений; 2. Приобретаемые обучающимися умения: делать оценку эффективности применения, долгосрочных перспектив, изучение экономики облачных вычислений; изучение целесообразности переноса существующих приложений в облачную среду как с технической, так и с экономической точек зрения; ознакомление с инфраструктурой облачных вычислений; изучение вопросов безопасности, масштабирования, развертывания, резервного копирования в контексте облачной инфраструктуры; изучение приемов облачного программирования; освоение навыков системного администрирования для разработки и сопровождения приложений, развертываемых в облаках 3. Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -разработки программного обеспечения облачных систем, -системного администрирования для разработки и сопровождения приложений, развертываемых в облаках
М3	Специальный	ZhD/RD/AB3 116	Рекламное дело	Цель изучения дисциплины: сформировать целостное представление об основных закономерностях планирования, организации и контроля рекламного маркетинг	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1. Приобретаемые обучающимися знания: -особенности рекламного дела, методы и инструменты проведения; -концепции, методы и инструменты, а также стратегии реализации рекламного дела;

				В рамках дисциплины изучается: Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Социально-психологические основы рекламы. Разработка рекламного обращения. Средства передачи рекламного обращения. Планирование рекламной деятельности. Контроль рекламной деятельности. Планирование рекламной деятельности. Современные рекламные стратегии. Кросс-культурный аспект рекламной коммуникации					-основные принципы создания рекламы в маркетинге предприятия; -социально-экономическая эффективность и психологические аспекты рекламной деятельности предприятия. 2.Приобретаемые обучающимися умения: -планировать и организовать рекламную деятельность компании, -качественно выполнять профессиональные обязанности рекламного менеджера, -разбираться в современных концепциях и стратегиях реализации рекламной кампании; -использовать полученные знания о рекламном деле в практической деятельности 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -владение методами создания эффективной рекламы
M3	Специальный	MAB/UMK/MChM 3116	Управление медиа-каналами	Цель изучения дисциплины: -формирование у студентов знаний содержания коммуникативного процесса, теорий и моделей коммуникации, видов массовой коммуникации; -знакомство с основными параметрами и принципами управления медиаресурсами компании, -формирование отношений со СМИ. В рамках данной дисциплины изучается: Понятие массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие. Структура коммуникативного сообщения. Система и современные тенденции развития СМИ. Деятельность медиа-холдингов. Формирование и специфика массовых настроений. Массовое сознание и механизмы массовой психологии. Формирование имиджа компании в	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1.Приобретаемые обучающимися знания: -изучение основных представлений о функционировании средств массовой коммуникации в обществе; -ознакомление студентов с зарубежными теориями массовой коммуникации; -получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института; -рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию; -изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и формированием связей с общественностью различных структур; -знакомство с тенденциями развития новейших информационных каналов и их роли в современной структуре СМИ; -содержание коммуникативного процесса

				Интернет-среде. Управление коммуникациями товара-новинки. Методы анализа массовой коммуникации. Информационные войны. Планирование медиарелейшнз. Процесс «диффузии инноваций». Управление новостью в медиа-канале. Построение медиарелейшнз компании. Взаимодействие со СМИ, методы и формы. Формирование долговременных отношений. Информационное спонсорство					и его составляющие -специфику функций средств массовой коммуникации и виды СМИ -основополагающие понятия и категории медиарелейшнз 2.Приобретаемые обучающимися умения: - использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса взаимоотношений с различными медиа-каналами -формировать журналистский пул и грамотно находить информационных спонсоров 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -системное представление об организационной и экономической составляющей медиа отношений компании; -понимание инновационных возможностей различных медиа-каналов -навыки определения и формирования информационной открытости компании -сохранения информационной безопасности
МЗ	Специальный	МК/М С31117	Маркетинговые коммуникации	Цель изучения дисциплины: овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в маркетинговых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умение общаться с коллективом для достижения продуктивной маркетинговой деятельности, создания благоприятной нравственной атмосферы, умение вести переговоры с партнерами В рамках данной дисциплины изучается: стратегии устных и письменных деловых маркетинговых коммуникаций. Отдельное внимание уделяется изучению и отработке навыков деловой риторики в споре, дискуссии, полемике. На практических	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1.Приобретаемые обучающимися знания: -теоретические основы деловых коммуникаций в маркетинге, -технологии делового взаимодействия; -способы и приемы делового общения в различных его видах и с различными типами собеседников; -коммуникативные барьеры 2.Приобретаемые обучающимися умения: -использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике в сфере маркетинга; -эффективно планировать и реализовывать деловые маркетинговые коммуникации; -преодолевать коммуникативные барьеры;

				занятиях отрабатываются навыки презентации, включающие вербальные и невербальные коммуникативные элементы, нацеленные на имидж делового человека.					-проектировать имидж маркетолога 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -деловых коммуникаций (публичного выступления, ведения спора, дискуссии, полемики, презентации); -формирование письменных деловых коммуникаций
M3	Специальный	KEM/N M/NC M3117	Некоммерческий маркетинг	Цель изучения дисциплины: получение знаний и навыков необходимых для работы в сфере некоммерческого маркетинга, а именно: понимание специфики деятельности некоммерческих организаций, овладение основными инструментами маркетинга, используемыми в данной сфере, умение формировать эффективную стратегию и тактику информационного воздействия. В рамках данной дисциплины изучается: Некоммерческий маркетинг- сущность, особенности. Сущность и задачи некоммерческого маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности в условиях некоммерческого обмена. Участники процесса обмена. Основные составляющие комплекса маркетинга. Специфика проведения исследований в сфере некоммерческого маркетинга. Типология исследований, применяемых в некоммерческом маркетинге. Особенности исследования рынка в некоммерческой сфере.	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1.Приобретаемые обучающимися знания: - методов исследования, применяемых в сфере некоммерческого маркетинга; -специфики отношений между обществом, государством и некоммерческими организациями в процессе взаимообмена ценностями; -основ формирования эффективной информационной политики, -методики построения эффективного коммуникационного канала; -специфики комплекса маркетинга в условиях некоммерческого обмена 2.Приобретаемые обучающимися умения: --проводить анализ потребителей услуг некоммерческих организаций; -исследовать целевые аудитории, -выявлять основные мотивационные составляющие, -проводить сегментирование и позиционирование организации; -строить эффективные коммуникации с целевой аудиторией; -разрабатывать методы привлечения целевой аудитории к участию в деятельности некоммерческой организации. 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -разрабатывать конкретный план маркетинговых мероприятий для некоммерческой организации, в частности, четко излагать цели, видеть средства, способствующие его достижению

МЗ	Специальный	BBISh M/BMI EM311 8	Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг	Цель изучения дисциплины: развитие у обучающихся ключевых компетенций в области брендинга, т.е. выработка профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы В рамках данной дисциплины изучается: Бренд, брендинг, суббренд. Торговая марка, товарный знак, Логотип. Слоган рекламный. Слоган бренда. Фирменный стиль. Элементы фирменного стиля Рассмотрение различий между брендом и торговой маркой на конкретном примере. Защита бренда. Система идентичности бренда Индивидуальность бренда. Теоретические аспекты событийного маркетинга. Критерии оценки эффективности ивента (события). Принципы управления ивентом. Концепции событий и оценка их эффективности.	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	Приобретаемые обучающимися знания: -роль и место бренд-менеджмента в повышении конкурентоспособности предприятий и организаций; -типы брендов и их различные роли в марочном портфеле компании; -теории и инструменты брендинга; - основные модели и понимание критериев оценки капитала бренда; - принципы управления брендами; -теоретические аспекты событийного маркетинга; -критерии оценки эффективности ивента (события); -принципы управления ивентом 2.Приобретаемые обучающимися умения: -эффективно использовать основные инструменты и технологии бренд-менеджмента для реализации целей развития предприятий и организаций; -организовать работу бренд-менеджеров по вопросам осуществления текущих и перспективных мероприятий маркетинговой и рекламной деятельности предприятий и организаций. -создавать концепции событий и выполнять оценку их эффективности; -находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -навыки разработки концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа; -навыки применения полученных знаний в работе
МЗ	Специальный	IM3118	Инновационный менеджмент	Цель изучения дисциплины: получение знаний в области теории управления инновациями в современных условиях	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1.Приобретаемые обучающимися знания: -основные категории инновационного менеджмента -сущность инновационной системы, ее

				В рамках данной дисциплины изучается: Теоретические основы управления инновациями. Инноватика: ее место, роль и формы развития в современной экономике. Новые тенденции в развитии инноваций. Инновационный проект– понятие, значение развития, элементы, современное состояние в РК, проблемы и пути их решения. Инновационная политика РК в условиях структурной перестройки. Проблемы реструктуризации высокотехнологичного промышленного комплекса: концепции и реалии. Формы и стратегии рыночной адаптации предприятий инновационного сектора экономики в Казахстане.					месте и роли в современных развитых экономиках 2.Приобретаемые обучающимися умения: -проводить отбор и реализацию инновационных идей, -анализировать конкурентоспособность организации 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -в сфере управления инновационными проектами -компетентность в конкретной области специализации инновационного предприятия
МЗ	Специальный	MShET /EAMR /EAMS 3119	Экономический анализ маркетинговых решений	Цель изучения дисциплины: ознакомить с современными концепциями, подходами и методами экономического анализа маркетинговых решений В рамках дисциплины изучается: сущность, последовательность и значение проведения экономического анализа маркетинговых решений ,совокупность индикаторов, характеризующих экономический анализ в сфере маркетинга ,методика расчета, подведение результатов осуществления маркетинговых решений	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	1.Приобретаемые обучающимися знания: -основные методы, современные концепции, подходы экономического анализа маркетинговых решений 2.Приобретаемые обучающимися умения: -определять последовательность и значение проведения экономического анализа маркетинговых решений -определять совокупность индикаторов, характеризующих экономическую эффективность маркетинговых решений -уметь применять методику их расчета 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -разрабатывать программу проведения экономического анализа маркетинговых решений -подведения результатов осуществления маркетинговых решений
МЗ	Специальный	EBCPR /PRSE U/PRF EM3119	PR в сфере экономики и управления	Цель изучения дисциплины: формирование системных знаний о теории и практике функционирования института паблик-рилейшнз, принципах, закономерностях, моделях и его роли в социально-экономическом	5/5	7	Маркетинг	Сдача комплексного экзамена	Приобретаемые обучающимися знания: -освоение знаний и представлений о природе, направлениях, принципах, функциях и механизмах функционирования института связей с

				и политическом развитии общества. В рамках данной дисциплины изучается: Научно-теоретические, исторические предпосылки и условия формирования и развития PR. Социальное содержание и концептуальная разработка PR. Основные этические, юридические нормы и кодексы профессионального поведения в PR. Массовые коммуникации: история, теория, практика, социальные и психологические аспекты. Имидж как специфическая PR-проблема. Общественное мнение и PR. Взаимоотношения со СМИ. Организация и технология проведения PR-кампаний. PR и управление кризисными ситуациями. Менеджмент в сфере PR. Связи с общественностью в маркетинге: в коммерческих некоммерческих организациях.					общественностью в современном мире. -основные особенности связей с общественностью и их место в системе маркетинговых коммуникаций организации; -принципы и функции публич-релейшнз; -особенности возникновения и исторического развития института связей с общественностью; -основные приемы создания и усиления новостей в рамках пиар-деятельности; 2.Приобретаемые обучающимися умения: -использовать полученные знания при анализе тенденций и перспектив экономического и социально-политического развития современной РК; -анализировать структуру и функции пиар-отделов коммерческих и некоммерческих организаций; -классифицировать и анализировать группы общественности в процессе организации пиар-кампаний 3.Приобретаемые обучающимися навыки и компетенции: -навыки организации и проведения пресс-конференций, презентаций; -навыки составления пресс-релизов; -способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы, -использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
--	--	--	--	---	--	--	--	--	---

- 1) Рассмотрен на заседании кафедры «Информационные технологии», протокол № 4 от 14.02 2024 г.
- 2) Обсужден и рекомендовано на заседании академического комитета ШБИТ, протокол № 4 от 20.02 2024 г.
- 3) **Каталог элективных дисциплин согласован:**

№	Согласовано с работодателями (наименование организации, должность, ФИО)
1	ТОО «Saule Studio», Директор - Амантай Қ.
2	ТОО «Tolagay», Директор - Курманбаев А.Е.
3	ТОО «Бағымша», Директор - Нурлин М.
4	ТОО «Инигма-КЗ», Директор - Тюлюбаев Е.А.
5	ТОО «G.N.G», Директор - Закиров Н.К.

И.о. заведующего кафедрой _____ Т.А. Джомартов

Декан _____ Р.А.Аимкулов