«Қ.Құлажанов атындағы Қазақ технология және бизнес университеті» АҚ/
АО «Казахский университет технологии и бизнеса имени К.Кулажанова»/
"Kazakh University of Technology and Business" named after K.Kulazhanova" JSC

БЕКІТІЛГЕН / УТВЕРЖДЕН / APPROVED
Э.Б. Аскарбеков
ОК шешімімен/ Решением МС/ By the decision MC
ХаттамаПротокол/Record №_____
«_29_» _06_ 2026 жыл/ год/ year

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE DISCIPLINES

6B04140 Цифрлық маркетинг / 6B04140 Цифровой маркетинг / 6B04140 Digital Marketing
Білім беру бағдарламасының коды және атауы (ББББ түрі: Major / Minor)/ Код и наименование образовательной программы (вид ОП: Major / Minor) /Code and name of the educational program (type of EP Major / Minor)

6B04 Бизнес, басқару және құқық / 6B04 Бизнес, управление и право / 6B04Business, Management and Law
Білім беру саласының коды және атауы / Код и классификация области образования / Code and classification of the field of education

6B041 Бизнес және басқару /6B041 Бизнес и управление /6B041 Business and Management
Даярлау бағытының коды және атауы / Код и классификация направления подготовки / Code and classification of training directions

B047 Маркетинг және жарнама/ B047 Маркетинг и реклама / B047 Marketing and advertizing
Білім беру бағдарламалары тобының коды мен атауы / Код и классификация группы образовательных программ / Code and classification groups of educational programs

Бакалавриат / Бакалавриат / Bachelor
Дайындық деңгейі: бакалавриат / Уровень подготовки: бакалавриат/ Level of preparation: bachelor

Оқуға түскен жылы / Набор / Enrolment of 2026 жыл / года / year

№	Пәндердің және циклдердің атауы Пәннің қысқаша мазмұны	Наименование циклов и дисциплин Краткое содержание дисциплины	Name of cycles and disciplines Summary of the discipline
Жалпы білім беретін пәннің жоғары оқу орны компоненті / Вузовский компонент общеобразовательной дисциплины/ University component of general education discipline - 5 кредит / кредитов / credits			
1	**Пәннің коды: (ЖК)** MEPPFG 1101-26 **Пәннің атауы:** Экономика, кәсіпкерлік, құқық және қаржылық сауаттылық модулі (экономика және кәсіпкерліктің негіздері, құқық негіздері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет, қаржылық сауаттылық негіздері) **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мектеп бағдарламасы **Постреквизиттер**: Тұрақты даму, экология және тіршілік қауіпсіздігі **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** пән нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлік ойлауды, қаржылық жауапкершілікті, құқықтық сауаттылықты дамытуға, сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті және заң мен тәртіп қағидаттарына адалдықты тәрбиелеуге бағытталған. Пәннің мазмұны экономика негіздерін, кәсіпкерлікті, қаржылық сауаттылықты, құқықты, сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті, сондай-ақ заң мен тәртіп идеологиясын дәріптеуді қамтиды. Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы экономикалық шешімдерді тиімді қабылдау, құқықтық қорғау, қаржылық сауаттылық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мінез-құлықты сақтау дағдыларын меңгереді. **Пәннің оқу нәтижелері:** білім алушы	**Код дисциплины: (ВК)** MEPPFG 1101-26 **Наименование дисциплины:** Модуль экономики, предпринимательства, права и финансовой грамотности (основы экономики и предпринимательства, основы права и антикоррупционная культура, основы финансовой грамотности) **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Школьная программа **Постреквизиты**: Устойчивое развитие, экология и безопасность жизнедеятельности **Краткое описание дисциплины:** дисциплина направлена на развитие предпринимательского мышления, финансовой ответственности, правовой грамотности, воспитание антикоррупционной культуры и приверженности принципам закона и порядка в условиях рыночной экономики. Содержание включает основы экономики, предпринимательства, финансовой грамотности, права, антикоррупционной культуры, а также продвижение идеологии закона и порядка. В результате освоения дисциплины обучающийся владеет навыками для эффективного принятия экономических решений, правовой защиты, финансовой грамотности, соблюдения антикоррупционного поведения. **Результаты обучения дисциплины:**	**Discipline code: (UC)** MEPPFG 1101-26 **Discipline name**: Module of Economics, Entrepreneurship, Law and Financial Literacy (Fundamentals of Economics and Entrepreneurship, Fundamentals of Law and Anti-Corruption Culture, Fundamentals of Financial Literacy) **Course** – 1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** School Program **Post-requirements:** Sustainable Development, Ecology, and Life Safety **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing entrepreneurial thinking, financial responsibility, and legal literacy, while fostering an anti-corruption culture and commitment to the principles of law and order within a market economy. The content includes the foundations of economics, entrepreneurship, financial literacy, and law, alongside the promotion of the ideology of the rule of law. Upon successful completion of the course, the learner possesses skills for effective economic decision-making, legal protection, financial management, and compliance with anti-corruption behavior. **Learning outcome of the discipline:** applies in professional activity knowledge of economics and law, as well as entrepreneurial skills and financial literacy, using key

	экономикалық шешімдерді тиімді қабылдау, құқықтық қорғау, қаржылық сауаттылық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мінез-құлықты сақтау дағдыларын меңгереді.	Применяет экономические, правовые и антикоррупционные знания для принятия обоснованных решений.	economic and legal principles, financial awareness and demonstrating civic responsibility in behavior.
Базалық пәндер / Базовые дисциплины / Basic disciplines – 26 кредит / кредитов / credits			
2	**Пәннің коды: (ЖК)** ETMic1203-26 **Пәннің атауы: Экономикалық теория және микроэкономика** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мектеп бағдарламасы **Постреквизиттер:** Статистика және бизнес-аналитика **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән қоғам мен шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызмет етуінің экономикалық заңдылықтары туралы базалық білімді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны экономикалық теорияның негіздерін, тұтынушылар мен өндірушілердің мінез-құлқын микроэкономикалық талдауды, нарықтық тепе-теңдік пен бәсекелестік тетіктерін қамтиды. Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы экономикалық ойлау және микроэкономикалық үдерістерді талдау дағдыларын қалыптастырады. **Пәннің оқу нәтижелері:** экономикалық үдерістерді талдайды, экономикалық теория негіздері, тұтынушылар мен өндірушілердің мінез-құлқының микроэкономикалық модельдері, нарықтық тепе-теңдік пен бәсекелестік тетіктері туралы білімдерін пайдалана отырып, экономикалық ойлау және	**Код дисциплины: (ВК)** ETMic1203-26 **Наименование дисциплины: Экономическая теория и микроэкономика** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Школьная программа **Постреквизиты:** Статистика и бизнес-аналитика **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний об экономических закономерностях функционирования общества и хозяйствующих субъектов. Содержание охватывает основы экономической теории, микроэкономический анализ поведения потребителей и производителей, механизмы рыночного равновесия и конкуренции. В результате освоения дисциплины обучающийся приобретает навыки экономического мышления и анализа микроэкономических процессов. **Результаты обучения дисциплины:** анализирует экономические процессы, используя знания основ экономической теории, микроэкономических моделей поведения потребителей и производителей, механизмов рыночного равновесия и конкуренции, формируя навыки	**Discipline code: (UC)** ETMic1203-26 **Discipline name: Economic Theory and Microeconomics** **Course** – 1, **semester** - 1 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** School Program **Post-requirements:** Statistics and Business Analytics **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing fundamental knowledge of the economic principles governing the functioning of society and economic agents. The course covers the foundations of economic theory, microeconomic analysis of consumer and producer behavior, as well as the mechanisms of market equilibrium and competition. Upon successful completion, students acquire economic thinking skills and the ability to analyze microeconomic processes. **Learning outcome of the discipline:** analyzes economic processes by applying knowledge of the fundamentals of economic theory, microeconomic models of consumer and producer behavior, and mechanisms of market equilibrium and competition, while developing economic thinking and skills for making informed decisions.

	негізделген шешімдер қабылдау дағдыларын қалыптастырады.	экономического мышления и обоснованного принятия решений.	
3	**Пәннің коды: (ЖК)** ME 1204-26 **Пәннің атауы: Экономикадағы математика** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Академиялық кредиттер көлемі:** 4 **Пререквизиттер:** Мектеп бағдарламасы **Постреквизиттер:** Статистика және бизнес-аналитика **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән студенттердің экономика мен бизнестегі басқару мәселелерін шешуде математикалық модельдеу әдістерін талдау, қолдану қабілетін дамытатын аналитикалық геометрия элементтерін, математикалық талдауды, ықтималдық теориясы элементтерін және математикалық статистиканы зерттеуге бағытталған. **Пәннің оқу нәтижелері:** экономика және басқару саласындағы практикалық міндеттерді шешу үшін негізгі математикалық әдістерді біледі және математикалық талдау, модельдеу, ықтималдықтар теориясы мен статистика құралдарын қолданады.	**Код дисциплины: (ВК)** ME 1204-26 **Наименование дисциплины: Математика в экономике** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Количество академических кредитов:** 4 **Пререквизиты:** Школьная программа **Постреквизиты:** Статистика и бизнес-аналика **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на изучение элементов аналитической геометрии, математического анализа, элементов теории вероятностей и математической статистики, что развивает у студентов способность анализировать, применять методы математического моделирования при решении управленческих задач в экономике и бизнесе. **Результаты обучения дисциплины:** демонстрирует знания основных математических методов и применяет инструменты математического анализа, моделирования, теории вероятностей и статистики для решения практических задач в экономике и управлении.	**Discipline code: (UC)** ME 1204-26 **Discipline name: Mathematics in Economics** **Course** – 1, **semester** - 1 **Number of academic credits:** 4 **Prerequisites:** School Program **Post-requirements:** Statistics and Business Analytics **Brief description of the course:** The discipline is aimed at studying elements of analytical geometry, mathematical analysis, elements of probability theory and mathematical statistics, which develops students' ability to analyse and apply mathematical modelling methods when solving management problems in economics and business. **Learning outcome of the discipline:** demonstrates knowledge of basic mathematical methods and applies tools of mathematical analysis, modeling, probability theory, and statistics to solve practical problems in economics and management.
4	**Пәннің коды: (ЖК)** MarMen 1205-26 **Пәннің атауы: Маркетинг және менеджмент негіздері** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Мектеп бағдарламасы **Постреквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг)	**Код дисциплины: (ВК)** MarMen 1205-26 **Наименование дисциплины: Основы маркетинга и менеджмента** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Школьная программа **Постреквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг)	**Discipline code: (UC)** MarMen 1205-26 **Discipline name: Fundamentals of Marketing and Management** **Course** – 1, **semester** - 1 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** School Program **Post-requirements:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing)

	Пәннің қысқаша сипаттамасы: Пән қазіргі нарықтық ортада ұйымдардың жұмыс істеу қағидаттарын түсіну үшін қажетті маркетинг және менеджмент саласындағы базалық білімді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны басқару негіздерін, маркетингтік қызметті, басқарушылық шешімдер қабылдау әдістерін және тұтынушылармен өзара әрекет ету тетіктерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы нарықтық үдерістерді талдау дағдыларын және ұйымдық қызметті басқару құралдарын көрсетеді.	**Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области маркетинга и менеджмента, необходимых для понимания принципов функционирования организаций в современной рыночной среде. Содержание охватывает основы управления, маркетинговой деятельности, методы принятия управленческих решений и механизмы взаимодействия с потребителями. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся демонстрирует навыки анализа рыночных процессов и инструменты управления организационной деятельностью.	**Brief description of the course:** The course is aimed at developing basic knowledge in marketing and management necessary for understanding the principles of organizational functioning in a modern market environment. The content covers fundamentals of management, marketing activities, methods of managerial decision-making, and mechanisms of interaction with consumers. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner demonstrates skills in analyzing market processes and using tools for managing organizational activities.
5	**Пәннің коды: (ЖК)** ONIEU 1202-26 **Пәннің атауы: Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Академиялық кредиттер көлемі:** 3 **Пререквизиттер:** Мектеп бағдарламасы **Постреквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән экономика және басқаруда ғылыми-зерттеу әдістері мен құралдарын қолдану бойынша білім мен дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Пәннің мазмұны ғылыми таным теориясын, деректерді жинау және талдау әдістерін,	**Код дисциплины: (ВК)** ONIEU 1202-26 **Наименование дисциплины: Основы научных исследований в экономике и управлении** **Курс** – 1; **семестр** - 1 **Количество академических кредитов:** 3 **Пререквизиты:** Школьная программа **Постреквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Маркетинговые исследования и анализ данных. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области маркетинга и менеджмента, необходимых для понимания принципов функционирования организаций в современной рыночной среде. Содержание охватывает основы управления,	**Discipline code: (UC)** ONIEU 1202-26 **Discipline name: Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management** **Course** – 1, **semester** - 1 **Number of academic credits:** 3 **Prerequisites:** School Program **Post-requirements:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Marketing Research and Predictive Analytics. Marketing Research and Data Analysis. **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing knowledge and skills in the application of research methods and tools in economics and management. The content covers the theory of scientific knowledge, methods of data collection and analysis, formulation of research hypotheses, model building, evaluation of economic and managerial processes, as well as

	зерттеу гипотезаларын қалыптастыру, модельдер құру, экономикалық және басқарушылық процестерді бағалау, сондай-ақ ғылыми есептер мен жарияланымдар дайындауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы тиімді басқарушылық шешімдерді қабылдауды қамтамасыз ететін ғылыми негізделген ұсыныстар әзірлейді.	маркетинговой деятельности, методы принятия управленческих решений и механизмы взаимодействия с потребителями. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся демонстрирует навыки анализа рыночных процессов и инструменты управления организационной деятельностью.	the preparation of scientific reports and publications. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the student develops scientifically grounded recommendations that ensure effective managerial decision-making.
6	**Пәннің коды: (ЖК)** VS 1209-26 **Пәннің атауы: Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг)** **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 3 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Экономикалық теория және микроэкономика. **Постреквизиттер:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетологтың кәсіби қызметі және қазіргі жағдайдағы digital-нарықтың жұмыс істеу ерекшеліктері туралы бастапқы түсініктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны цифрлық маркетинг негіздерін, жылжытудың негізгі құралдары мен арналарын, білім беру бағдарламасының құрылымын, сондай-ақ электрондық коммерцияны дамытудың заманауи үрдістерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы өзінің кәсіби	**Код дисциплины: (ВК)** VS 1209-26 **Наименование дисциплины: Введение в специальность (Цифровой маркетинг)** **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 3 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. Экономическая теория и микроэкономика. **Постреквизиты:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование первичных представлений о профессиональной деятельности маркетолога и специфике функционирования digital-рынка в современных условиях. Содержание охватывает основы цифрового маркетинга, ключевые инструменты и каналы продвижения, структуру образовательной программы, а также современные тенденции развития электронной коммерции. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся выстраивает индивидуальную	**Discipline code: (UC)** VS 1209-26 **Discipline name: Introduction to the Specialty (Digital Marketing)** **Course** – 1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 3 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. Economic Theory and Microeconomics. **Post-requirements:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). **Brief description of the course:** The discipline aims to form primary concepts of a marketer's professional activity and the specifics of the digital market's functioning in modern conditions. The content covers fundamentals of digital marketing, key promotion tools and channels, the degree program structure, and current trends in e-commerce development. **Learning outcome of the discipline:** as a result, the student builds an individual professional development trajectory.

	дамуының жеке траекториясын құрады.	траекторию профессионального развития.	
7	**Пәннің коды: (ЖК)** UREBZh 2207-26 **Пәннің атауы: Тұрақты даму, экология және тіршілік қауіпсіздігі** **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Экономика, кәсіпкерлік, құқық және қаржылық сауаттылық модулі (экономика және кәсіпкерліктің негіздері, құқық негіздері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет, қаржылық сауаттылық негіздері). **Постреквизиттер:** Технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар негіздері. Цифрлық ортада брендті басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән экономикалық даму, қоғамның әлеуметтік әл-ауқаты, қоршаған ортаны сақтау және адамның өмірі мен денсаулығын қорғау арасындағы тепе-теңдікті қамтамасыз ету принциптері туралы жүйелі түсінікті қалыптастыруға бағытталған. Ол экология, қоршаған ортаны қорғау, тіршілік әрекетінің қауіпсіздігі және тұрақты даму мәселелерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы циркулярлы экономика жағдайында энергияны және қалдықтарды басқару міндеттерін шешу кезінде тұрақты даму, экологиялық қауіпсіздік және тіршілік әрекетінің қауіпсіздігі принциптерін қолданады.	**Код дисциплины: (ВК)** UREBZh 2207-26 **Наименование дисциплины: Устойчивое развитие, экология и безопасность жизнедеятельности** **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Модуль экономики, предпринимательства, права и финансовой грамотности (основы экономики и предпринимательства, основы права и антикоррупционная культура, основы финансовой грамотности). **Постреквизиты:** Основы технологического предпринимательства и стартапов. Управление брендом в цифровой среде. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование системного понимания принципов обеспечения баланса между экономическим развитием, социальным благополучием общества, сохранением окружающей среды и защитой жизни и здоровья человека. Охватывает вопросы экологии, охраны окружающей среды, безопасности жизнедеятельности и устойчивого развития. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся применяет принципы устойчивого развития, экологической безопасности и безопасности жизнедеятельности при решении задач управления энергией и отходами в условиях циркулярной экономики.	**Discipline code: (UC)** UREBZh 2207-26 **Discipline name: Sustainable Development, Ecology, and Life Safety** **Course** – 2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Module of Economics, Entrepreneurship, Law and Financial Literacy (Fundamentals of Economics and Entrepreneurship, Fundamentals of Law and Anti-Corruption Culture, Fundamentals of Financial Literacy). **Post-requirements:** Fundamentals of Technology Entrepreneurship and Startups. Brand Management in the Digital Environment. **Brief description of the course:** This discipline is designed to cultivate a systemic understanding of the principles of balancing economic development, social well-being, environmental preservation, and the protection of human life and health. It covers key issues in ecology, environmental protection, life safety, and sustainable development. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, students will be able to apply the principles of sustainable development, environmental safety, and occupational health and safety to manage energy and waste within a circular economy framework.

Базалық пәндер / Базовые дисциплины / Basic disciplines – 58 кредит / кредита / credits			
8	**Пәннің коды: (ТК)** TsTPKMen 1202-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық сауда платформалары және контент-менеджмент **Курс** –1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. **Постреквизиттер:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). Веб-аналитика жүйелері (GA4, Яндекс. Метрика). **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық сауда платформаларының жұмыс істеуі және цифрлық контентті басқару қағидаттары туралы білімді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны электрондық коммерция құралдарын, контентті құру және әкімшілендіруді, пайдаланушы тәжірибесін басқаруды, цифрлық ортада тауарлар мен қызметтерді ілгерілетуді, сондай-ақ контенттік стратегиялардың тиімділігін талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық сауда жобаларын ұйымдастыру және сүйемелдеу дағдыларын көрсетеді.	**Код дисциплины: (КВ)** TsTPKMen 1202–26 **Наименование дисциплины:** Цифровые торговые платформы и контент-менеджмент **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. Основы научных исследований в экономике и управлении. **Постреквизиты:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). Системы веб-аналитики (GA4, Яндекс. Метрика). **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний о функционировании цифровых торговых платформ и принципах управления цифровым контентом. Содержание охватывает инструменты электронной коммерции, создание и администрирование контента, управление пользовательским опытом, продвижение товаров и услуг в цифровой среде, а также анализ эффективности контент-стратегий. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся демонстрирует навыки организации и сопровождения цифровых торговых проектов.	**Discipline code: (EC)** TsTPKMen 1202-26 **Discipline name:** Digital Commerce Platforms and Content Management. **Course** – 1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management. **Post-requirements:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). Web Analytics Systems (GA4, Yandex. Metrica). **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge of the functioning of digital commerce platforms and principles of digital content management. The content covers e-commerce tools, content creation and administration, user experience management, promotion of goods and services in digital environments, and analysis of content strategy effectiveness. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner demonstrates skills in organizing and supporting digital commerce projects.
9	**Пәннің коды: (ТК)** VII 2204 -26 **Пәннің атауы:** Жасанды интеллектке кіріспе (Minor) **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5	**Код дисциплины: (КВ)** VII 2204 -26 **Наименование дисциплины:** Введение в искусственный интеллект (Minor) **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5	**Discipline code: (EC)** VII 2204 -26 **Discipline name:** Introduction to Artificial Intelligence (Minor) **Course** – 2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5

	Пререквизиттер: Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар **Постреквизиттер:** Жасанды нейрондық желілерді әзірлеу (Minor), Объектілерді басқарудағы жасанды интеллект (Minor) **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән жасанды интеллект принциптері мен әдістері туралы базалық түсініктерді қалыптастыруға, кәсіби міндеттерді шешуде интеллектуалды технологияларды қолдануға бағытталған. Пәннің мазмұны жасанды интеллекттің даму кезеңдерін, машиналық оқыту негіздерін, нейрондық желілер элементтерін, деректерді өңдеу әдістерін, интеллектуалды жүйелерді және жасанды интеллект технологияларының қолдану салаларын қамтиды. Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы кәсіби қызметтің түрлі салаларында жасанды интеллект технологияларын қолданады. **Пәннің оқу нәтижелері:** жасанды интеллекттің негізгі технологиялары туралы білімді көрсетеді және кәсіби қызметтегі практикалық мәселелерді шешу үшін АИ-нің негізгі құралдарын қолданады.	**Пререквизиты:** Информационно-коммуникационные технологии **Постреквизиты:** Разработка искусственных нейронных сетей (Minor), Искусственный интеллект в управлении объектами (Minor) **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых представлений о принципах и методах искусственного интеллекта, применении интеллектуальных технологий при решении профессиональных задач. Содержание охватывает этапы развития искусственного интеллекта, основы машинного обучения, элементы нейронных сетей, методы обработки данных, интеллектуальные системы и области применения технологий искусственного интеллекта. В результате изучения дисциплины обучающийся применяет технологии искусственного интеллекта в различных сферах профессиональной деятельности **Результаты обучения дисциплины:** демонстрирует знания основных технологий искусственного интеллекта и применяет базовые инструменты ИИ для решения практических задач в профессиональной деятельности.	**Prerequisites:** Information and Communication Technologies **Post-requirements:** Development of Artificial Neural Networks (Minor), Artificial Intelligence in the Management of Objects (Minor) **Brief description of the course:** The discipline is aimed at forming fundamental knowledge about the principles and methods of artificial intelligence and the application of intelligent technologies in solving professional tasks. The content covers the stages of the development of artificial intelligence, the fundamentals of machine learning, elements of neural networks, data processing methods, intelligent systems, and the areas of application of artificial intelligence technologies. As a result of studying the discipline, the student applies artificial intelligence technologies in various fields of professional activity **Learning outcome of the discipline:** demonstrates knowledge of basic artificial intelligence technologies and applies basic AI tools to solve practical problems in professional activities.
10	**Пәннің коды: (ТК)** IEK 1202 - 26 **Пәннің атауы:** Электрондық коммерция инфрақұрылымы (E-Commerce) **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Экономика мен	**Код дисциплины: (КВ)** IEK 1202 - 26 **Наименование дисциплины:** Инфраструктура электронной коммерции (E-Commerce) **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и	**Discipline code: (EC)** IEK 1202 – 26 **Discipline name:** E-Commerce Infrastructure **Course** –1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management.

	басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. **Постреквизиттер:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). Веб-аналитика жүйелері (GA4, Яндекс. Метрика). **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән электрондық коммерция инфрақұрылымы және цифрлық экономика туралы білімді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны электрондық сауданың негізгі компоненттері мен технологияларын, электрондық төлем жүйелерін, логистиканы, цифрлық платформаларды, ақпараттық қауіпсіздік пен құқықтық реттеу мәселелерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы электрондық коммерция саласындағы бизнес-процестерді ұйымдастырудың әдістері мен талдау құралдарын қолданады.	менеджмента. Основы научных исследований в экономике и управлении. **Постреквизиты:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). Системы веб-аналитики (GA4, Яндекс. Метрика). **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний об инфраструктуре электронной коммерции и цифровой экономики. Содержание охватывает основные компоненты и технологии электронной торговли, электронные платежные системы, логистику, цифровые платформы, вопросы информационной безопасности и правового регулирования. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся применяет методы анализа и инструменты организации бизнес-процессов в сфере электронной коммерции.	**Post-requirements:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). Web Analytics Systems (GA4, Yandex. Metrica). **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge of the infrastructure of e-commerce and the digital economy. The content covers key components and technologies of electronic commerce, electronic payment systems, logistics, digital platforms, information security issues, and legal regulation. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner applies methods of analysis and tools for organizing business processes in the field of e-commerce.
11	**Пәннің коды: (ТК)** StBA 1201-26 **Пәннің атауы:** Статистика және бизнес-аналитика **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Экономикадағы математика. Экономикалық теория және микроэкономика. Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. **Постреквизиттер:** Эконометрика және нарықты талдау. Бизнес-аналитика және коммерциялық деректерді визуализациялау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән статистика және бизнес-аналитика салаларында базалық білім қалыптастыруға	**Код дисциплины: (КВ)** StBA 1201-26 **Наименование дисциплины:** Статистика и бизнес-аналитика **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Математика в экономике. Экономическая теория и микроэкономика. Основы научных исследований в экономике и управлении. **Постреквизиты:** Эконометрика и анализ рынка. Бизнес-аналитика и визуализация коммерческих данных. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области статистики и бизнес-аналитики.	**Discipline code: (EC)** StBA 1201-26 **Discipline name:** Statistics and Business Analytics **Course** –1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Mathematics in Economics. Economic Theory and Microeconomics. Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management. **Post-requirements:** Econometrics and Market Analysis. Business Analytics and Visualization of Business Data. **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing fundamental knowledge in statistics and business analytics. The content

	бағытталған. Мазмұны деректерді жинау, өңдеу және интерпретациялау әдістерін, сипаттамалық және математикалық статистика негіздерін, бизнес көрсеткіштерін талдау мен деректерді визуализациялауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** нәтижесінде білім алушы деректерді талдау және басқарушылық шешімдер қабылдау дағдыларын меңгереді.	Содержание охватывает методы сбора, обработки и интерпретации данных, основы описательной и математической статистики, анализ бизнес-показателей и визуализацию данных. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения обучающийся приобретает навыки анализа данных и принятия обоснованных управленческих решений в бизнес-среде организаций.	covers methods of data collection, processing and interpretation, fundamentals of descriptive and mathematical statistics, business performance analysis, and data visualization. **Learning outcome of the discipline:** as a result, the learner acquires skills in data analysis and informed managerial decision-making.
12	**Пәннің коды: (ТК)** MIPA 1201-26 **Пәннің атауы:** Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. **Постреквизиттер:** Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау. Веб-аналитика жүйелері (GA4, Яндекс. Метрика). **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетингтік зерттеулер мен предиктивті аналитика саласында базалық білім қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны маркетингтік ақпаратты жинау және талдау әдістерін, нарықты сегментациялауды, тұтынушылық мінез-құлықты модельдеуді, сондай-ақ басқарушылық шешімдер қабылдау үшін болжамдық аналитика мен деректерді интерпретациялаудың негіздерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** нәтижесінде нарықтық үрдістерді болжау дағдылары дамиды.	**Код дисциплины: (КВ)** MIPA 1201-26 **Наименование дисциплины:** Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. Основы научных исследований в экономике и управлении. **Постреквизиты:** Маркетинговые исследования и анализ данных. Системы веб-аналитики (GA4, Яндекс. Метрика). **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области маркетинговых исследований и предиктивной аналитики. Содержание охватывает методы сбора и анализа маркетинговой информации, сегментацию рынка, моделирование потребительского поведения, а также основы прогнозной аналитики и интерпретации данных для принятия управленческих решений в маркетинге. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения развиваются навыки	**Discipline code: (EC)** MIPA 1201-26 **Discipline name:** Marketing Research and Predictive Analytics **Course** –1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management. **Post-requirements:** Marketing Research and Data Analysis. Web Analytics Systems (GA4, Yandex. Metrica). **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing fundamental knowledge in marketing research and predictive analytics. The content covers methods of collecting and analyzing marketing information, market segmentation, consumer behavior modelling, as well as the basics of predictive analytics and data interpretation for managerial decision-making. **Learning outcome of the discipline:** as a result, skills in forecasting market trends are developed.

		прогнозирования рыночных тенденций.	
13	**Пәннің коды: (ТК)** SVA 2204-26 **Пәннің атауы:** Веб-аналитика жүйелері (GA4, Яндекс. Метрика) **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. **Постреквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән веб-аналитика жүйелерінің (Google Analytics 4, Яндекс Метрика) базалық білімін қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны веб-деректерді жинау және талдау әдістерін, пайдаланушы мінез-құлқын бағалауды, негізгі метрикалармен жұмыс істеуді және цифрлық маркетингте шешім қабылдау үшін есептілікті құруды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** нәтижесінде веб-деректерді талдау және онлайн-әрекеттің тиімділігін бағалау дағдылары дамиды.	**Код дисциплины: (КВ)** SVA 2204-26 **Наименование дисциплины:** Системы веб-аналитики (GA4, Яндекс. Метрика) **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Основы научных исследований в экономике и управлении. **Постреквизиты:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы. Маркетинговые исследования и анализ данных. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области систем веб-аналитики (Google Analytics 4, Яндекс Метрика). Содержание охватывает методы сбора и анализа веб-данных, оценку пользовательского поведения, работу с ключевыми метриками и формирование отчетности для принятия решений в цифровом маркетинге. **Результаты обучения дисциплины:** в результате развиваются навыки анализа веб-данных и оценки эффективности онлайн-активности.	**Discipline code: (EC)** SVA 2204-26 **Discipline name:** Web Analytics Systems (GA4, Yandex. Metrica) **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Marketing Research and Predictive Analytics. Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management. **Post-requirements:** Marketing Automation and CRM Systems. Marketing Research and Data Analysis. **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing fundamental knowledge of web analytics systems (Google Analytics 4, Yandex Metrica). The content covers methods of collecting and analyzing web data, evaluating user behavior, working with key metrics, and generating reports for decision-making in digital marketing. **Learning outcome of the discipline:** as a result, skills in web data analysis and evaluation of online performance are developed.
14	**Пәннің коды: (ТК)** MMSP 2204-26 **Пәннің атауы:** Маркетингтегі кешенді аналитика және Big Data **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). Маркетингтік	**Код дисциплины: (КВ)** MMSP 2204-26 **Наименование дисциплины:** Сквозная аналитика и Big Data в маркетинге **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Маркетинговые	**Discipline code: (EC)** MMSP 2204-26 **Discipline name:** End-to-End Analytics and Big Data in Marketing **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Marketing Research and

	зерттеулер және предиктивті аналитика. Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. **Постреквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау. Цифрлық маркетинг пен коммерциядағы Big Data. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетингте кешенді аналитика мен Big Data (үлкен деректер) технологияларын қолдану саласындағы білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны әртүрлі дереккөздерден алынған деректерді интеграциялау мен өңдеуді, маркетингтік арналардың тиімділігін бағалауды, клиенттердің мінез-құлқын зерттеуді және нарықтық үрдістерді болжауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы негізделген шешімдер қабылдау үшін маркетингтік деректерді талдайды.	исследования и предиктивная аналитика. Основы научных исследований в экономике и управлении. **Постреквизиты:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы. Маркетинговые исследования и анализ данных. Big Data в цифровом маркетинге и коммерции. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков использования сквозной аналитики и технологий Big Data в маркетинге. Содержание охватывает интеграцию и обработку данных из различных источников, оценку эффективности маркетинговых каналов, исследование клиентского поведения и прогнозирование рыночных тенденций. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся анализирует маркетинговые данные для принятия обоснованных решений.	Predictive Analytics. Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management. **Post-requirements:** Marketing Automation and CRM Systems. Marketing Research and Data Analysis. Big Data in Digital Marketing and Commerce. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in using end-to-end analytics and Big Data technologies in marketing. The content covers the integration and processing of data from various sources, evaluation of marketing channel efficiency, consumer behavior research, and forecasting market trends. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner analyzes marketing data to make data-driven decisions.
15	**Пәннің коды: (ТК)** UTsKOiUXA 2205-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық тұтынушылық тәжірибені басқару және UX-талдау **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Цифрлық сауда платформалары және контент-менеджмент. Статистика және бизнес-аналитика. **Постреквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері.	**Код дисциплины: (КВ)** UTsKOiUXA 2205-26 **Наименование дисциплины:** Управление цифровым клиентским опытом и UX-аналитика **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. Цифровые торговые платформы и контент-менеджмент. Статистика и бизнес-аналитика. **Постреквизиты:** Автоматизация маркетинга и	**Discipline code: (EC)** UTsKOiUXA 2205-26 **Discipline name:** Digital Customer Experience Management and UX Analytics **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. Digital Commerce Platforms and Content Management. Statistics and Business Analytics **Post-requirements:** Marketing Automation and CRM Systems. Marketing Research and

	Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау. Цифрлық маркетинг пен коммерциядағы Big Data. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортада клиенттік тәжірибені (CX) басқару саласындағы білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны пайдаланушылық тәжірибені (UX) жобалау принциптерін, UX-аналитика әдістерін, пайдаланушылардың мінез-құлқын зерттеуді, клиенттердің қанағаттанушылығын бағалауды және цифрлық сервистерді жетілдіру құралдарын қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы пайдаланушылық деректер негізінде клиенттік жолды (customer journey) және цифрлық өнімдерді оңтайландырады.	CRM-системы. Маркетинговые исследования и анализ данных. Big Data в цифровом маркетинге и коммерции. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков управления клиентским опытом в цифровой среде. Содержание охватывает принципы проектирования пользовательского опыта (UX), методы UX-аналитики, исследование поведения пользователей, оценку удовлетворенности клиентов и инструменты совершенствования цифровых сервисов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся оптимизирует клиентский путь и цифровые продукты на основе пользовательских данных.	Data Analysis. Big Data in Digital Marketing and Commerce. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in customer experience (CX) management in the digital environment. The content covers the principles of user experience (UX) design, UX analytics methods, user behavior research, customer satisfaction evaluation, and tools for improving digital services. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner optimizes the customer journey and digital products based on user data.
16	**Пәннің коды: (ТК)** PPTsS 2205-26 **Пәннің атауы:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing) **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). Контент-маркетинг және SMM. **Постреквизиттер:** Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** пән цифрлық ортадағы тұтынушылар мінез-	**Код дисциплины: (КВ)** PPTsS 2205-26 **Наименование дисциплины:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing) **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Контент-маркетинг и SMM. **Постреквизиты:** Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Автоматизация маркетинга и CRM-системы. Маркетинговые исследования и анализ данных. **Краткое описание дисциплины:** дисциплина направлена на изучение особенностей	**Discipline code: (EC)** PPTsS 2205-26 **Discipline name:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing) **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Content Marketing and Social Media Marketing. **Post-requirements:** Marketing Research and Predictive Analytics. Marketing Automation and CRM Systems. Marketing Research and Data Analysis. **Brief description of the course:** The course is aimed at studying the characteristics of consumer behavior in the digital environment and the factors influencing purchasing

	құлқының ерекшеліктерін және сатып алу туралы шешім қабылдауға әсер ететін факторларды зерттеуге бағытталған. Мазмұны нейромаркетинг негіздерін, ақпаратты қабылдау механизмдерін, тұтынушылық мінез-құлықтың когнитивті және эмоционалдық аспектілерін, сондай-ақ пайдаланушылық тәжірибені талдау әдістерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы тиімді маркетингтік шешімдерді әзірлеу үшін тұтынушылардың талғамдары мен мінез-құлық деректерін талдайды.	поведения потребителей в цифровой среде и факторов, влияющих на принятие решений о покупке. Содержание охватывает основы нейромаркетинга, механизмы восприятия информации, когнитивные и эмоциональные аспекты потребительского поведения, а также методы анализа пользовательского опыта. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся анализирует потребительские предпочтения и поведенческие данные для разработки эффективных маркетинговых решений.	decisions. The content covers the fundamentals of neuromarketing, information perception mechanisms, cognitive and emotional aspects of consumer behavior, as well as user experience analysis methods. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner analyzes consumer preferences and behavioral data to develop effective marketing solutions.
17	**Пәннің коды: (ТК)** KMenUZEC 2209-26 **Пәннің атауы:** Электрондық коммерциядағы категориялық менеджмент және сатып алуды басқару **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Электрондық коммерция инфрақұрылымы (E-Commerce). **Постреквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. Цифрлық маркетинг пен коммерциядағы Big Data. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән электрондық коммерциядағы категориялық менеджмент және сатып алуды басқару саласында білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны тауар категорияларын қалыптастыру қағидаттарын, ассортиментті	**Код дисциплины: (КВ)** KMenUZEC 2209-26 - 26 **Наименование дисциплины:** Категорийный менеджмент и управление закупками в электронной коммерции **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. Инфраструктура электронной коммерции (E-Commerce). **Постреквизиты:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы. Big Data в цифровом маркетинге и коммерции. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области категорийного менеджмента и управления закупками в электронной коммерции. Содержание охватывает принципы формирования товарных категорий,	**Discipline code: (EC)** KMenUZEC 2209-26 **Discipline name:** Category Management and Procurement Management in E-Commerce **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. E-Commerce Infrastructure. **Post-requirements:** Marketing Automation and CRM Systems. Big Data in Digital Marketing and Commerce. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in category management and procurement in e-commerce. The content covers principles of product category formation, assortment management, procurement strategy, supplier relations, pricing, and optimization of inventory in digital environments. **Learning outcome of the discipline:** upon

	басқаруды, сатып алу стратегияларын, жеткізушілермен жұмысты, баға белгілеуді және цифрлық ортадағы тауар қорларын оңтайландыруды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы e-commerce саласында тауар саясатын және сатып алу үдерістерін басқарады.	управление ассортиментом, стратегию закупок, работу с поставщиками, ценообразование и оптимизацию товарных запасов в цифровой среде. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся управляет товарной политикой и закупочными процессами в e-commerce.	completion of the course, the learner manages product policy and procurement processes in e-commerce.
18	**Пәннің коды: (ТК)** RINS 2206-26 **Пәннің атауы:** Жасанды нейрондық желілерді әзірлеу (Minor) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, Жасанды интеллектке кіріспе (Minor) **Постреквизиттер:** Объектілерді басқарудағы жасанды интеллект (Minor) **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән жасанды интеллект және машинамен оқыту тапсырмалары үшін нейрондық желілерді құру және үйрету бойынша білім мен дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Пәннің мазмұны нейрондық желілердің түрлері, олардың архитектуралары, оқыту алгоритмдері және деректерді талдау мен практикалық тапсырмаларды шешу әдістерін қамтиды. Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы ақпаратты өңдеуді оңтайландыру және ЖИ тапсырмаларын шешу үшін нейрондық желілерді қолданады. **Пәннің оқу нәтижелері:** деректерді талдау және мемлекеттік және жергілікті басқару саласындағы практикалық мәселелерді шешу	**Код дисциплины: (КВ)** RINS 2206-26 **Наименование дисциплины:** Разработка искусственных нейронных сетей (Minor) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Информационно-коммуникационные технологии, Введение в искусственный интеллект (Minor) **Постреквизиты:** Искусственный интеллект в управлении объектами (Minor) **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и навыков создания и обучения нейронных сетей для задач искусственного интеллекта и машинного обучения. Содержание охватывает типы нейронных сетей, их архитектуры, алгоритмы обучения и методы применения для анализа данных и решения практических задач. В результате изучения дисциплины обучающийся применяет нейронные сети для решения задач ИИ и оптимизации обработки информации. **Результаты обучения дисциплины:** разрабатывает и применяет модели искусственных нейронных сетей для анализа данных и решения практических задач в сфере	**Discipline code: (EC)** RINS 2206-26 **Discipline name:** Development of Artificial Neural Networks (Minor) **Course** – 2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Information and Communication Technologies. Introduction to the Specialty (SAL) **Post-requirements:** Artificial Intelligence in the Management of Objects (Minor) **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing knowledge and skills in creating and training neural networks for artificial intelligence and machine learning tasks. The content covers types of neural networks, their architectures, training algorithms, and methods for data analysis and solving practical problems. As a result of studying the discipline, the student applies neural networks to solve AI tasks and optimize information processing. **Learning outcome of the discipline:** develops and applies artificial neural network models for data analysis and solving practical problems in the field of state and local government.

	үшін жасанды нейрондық желілердің модельдерін әзірлейді және қолданады.	государственного и местного управления.	
19	**Пәннің коды: (ТК)** LogUTsPEc 2209-26 **Пәннің атауы:** E-Commerce-тегі логистика және жеткізу тізбегін басқару **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мамандыкка кіріспе (Цифрлық маркетинг). Статистика және бизнес-аналитика. **Постреквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. Клиенттік лоялдықты басқару және Direct-маркетинг. Цифрлық өнімді басқару және Agile-әдіснамалар. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән электрондық коммерциядағы логистика және жеткізу тізбектерін басқару саласында білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны қойма және көлік процестерін ұйымдастыруды, тапсырыстар мен жеткізуді басқаруды, цифрлық логистикалық платформаларды, жеткізу тізбектерін оңтайландыруды және e-commerce саласындағы логистикалық шешімдердің тиімділігін бағалауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық саудадағы логистикалық процестерді басқарады.	**Код дисциплины: (КВ)** LogUTsPEc 2209-26 **Наименование дисциплины:** Логистика и управление цепями поставок в E-Commerce **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Статистика и бизнес-аналитика. **Постреквизиты:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы. Управление клиентской лояльностью и Direct-маркетинг. Управление цифровыми продуктами и Agile-методологии. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области логистики и управления цепями поставок в электронной коммерции. Содержание охватывает организацию складских и транспортных процессов, управление заказами и доставкой, цифровые логистические платформы, оптимизацию цепей поставок и оценку эффективности логистических решений в e-commerce. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся управляет логистическими процессами в цифровой торговле.	**Discipline code: (EC)** LogUTsPEc 2209-26 **Discipline name:** Logistics and Supply Chain Management in E-Commerce **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Statistics and Business Analytics. **Post-requirements:** Marketing Automation and CRM Systems. Customer Loyalty Management and Direct Marketing. Digital Product Management and Agile Methodologies. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in logistics and supply chain management in e-commerce. The content covers organization of warehouse and transportation processes, order and delivery management, digital logistics platforms, supply chain optimization, and evaluation of logistics solutions in e-commerce. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner manages logistics processes in digital commerce.
20	**Пәннің коды: (ТК)** BAVKD 2208-26 **Пәннің атауы:** Бизнес-аналитика және коммерциялық деректерді визуализациялау **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5	**Код дисциплины: (КВ)** BAVKD 2208-26 **Наименование дисциплины:** Бизнес-аналитика и визуализация коммерческих данных **Курс** – 2; **семестр** - 3	**Discipline code: (EC)** BAVKD 2208-26 **Discipline name:** Business Analytics and Visualization of Business Data **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5

	Пререквизиттер: Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Электрондық коммерция инфрақұрылымы (E-Commerce). **Постреквизиттер:** Performance-маркетинг және контекстік жарнама. Әлеуметтік медианы мониторингтеу және цифрлық этнография. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән эконометрикалық талдау және нарықтық үдерістерді зерттеу саласында білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны статистикалық және регрессиялық талдау әдістерін, эконометрикалық модельдер құруды, деректерді өңдеу мен интерпретациялауды, сондай-ақ нарықтық динамиканы талдауда сандық әдістерді қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы экономикалық үдерістерді модельдейді және деректер негізінде шешім қабылдайды.	**Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Инфраструктура электронной коммерции (E-Commerce). **Постреквизиты:** Performance-маркетинг и контекстная реклама. Мониторинг социальных медиа и цифровая этнография. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области эконометрического анализа и исследования рыночных процессов. Содержание охватывает методы статистического и регрессионного анализа, построение эконометрических моделей, обработку и интерпретацию данных, а также применение количественных методов для анализа рыночной динамики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся моделирует экономические процессы и принимает решения на основе данных.	**Prerequisites:** Marketing Research and Predictive Analytics. E-Commerce Infrastructure. **Post-requirements:** Performance Marketing and Contextual Advertising. Social Media Monitoring and Digital Ethnography **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in econometric analysis and the study of market processes. The content covers statistical and regression analysis methods, econometric model building, data processing and interpretation, as well as the application of quantitative methods for analyzing market dynamics. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner models economic processes and makes data-driven decisions.
21	**Пәннің коды: (ТК)** EAR 2208-26 **Пәннің атауы:** Эконометрика және нарықты талдау **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Экономикадағы математика. Статистика және бизнес-аналитика. **Постреквизиттер:** Цифрлық маркетинг пен коммерциядағы Big Data. Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән	**Код дисциплины: (КВ)** EAR 2208-26 **Наименование дисциплины:** Эконометрика и анализ рынка **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Математика в экономике. Статистика и бизнес-аналитика. **Постреквизиты:** Big Data в цифровом маркетинге и коммерции. Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и	**Discipline code: (EC)** EAR 2208-26 **Discipline name:** Econometrics and Market Analysis **Course** –2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Mathematics in Economics. Statistics and Business Analytics **Post-requirements:** Big Data in Digital Marketing and Commerce. Marketing Budget and End-to-End Analytics. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical

	эконометрикалық талдау және нарықтық үдерістерді зерттеу саласында білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны статистикалық және регрессиялық талдау әдістерін, эконометрикалық модельдер құруды, деректерді өңдеу мен интерпретациялауды және нарықтық динамиканы талдауда сандық әдістерді қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы экономикалық үдерістерді модельдейді және деректер негізінде шешім қабылдайды.	практических навыков в области эконометрического анализа и исследования рыночных процессов. Содержание охватывает методы статистического и регрессионного анализа, построение эконометрических моделей, обработку и интерпретацию данных и применение количественных методов для анализа рыночной динамики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся моделирует экономические процессы и принимает решения на основе данных.	skills in econometric analysis and the study of market processes. The content covers statistical and regression analysis methods, econometric model building, data processing and interpretation, as well as the application of quantitative methods for analyzing market dynamics. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner models economic processes and makes data-driven decisions.
22	**Пәннің коды: (ТК)** PMarKR 2206-26 **Пәннің атауы:** Performance-маркетинг және контекстік жарнама **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі**: 6 **Пререквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). **Постреквизиттер:** Цифрлық өнімді басқару және Agile-әдіснамалар. Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортада performance-маркетинг және жарнамалық науқандарды басқару саласындағы білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны мәнмәтіндік (контекстік) жарнама құралдарын, медиажоспарлауды, жарнамалық науқандарды оңтайландыруды, негізгі	**Код дисциплины: (КВ)** PMarKR 2206-26 **Наименование дисциплины:** Performance-маркетинг и контекстная реклама **Курс** – 2: **семестр** - 4 **Количество академических кредитов**: 6 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). **Постреквизиты:** Управление цифровыми продуктами и Agile-методологии. Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области performance-маркетинга и управления рекламными кампаниями в цифровой среде. Содержание охватывает инструменты контекстной рекламы, медиапланирование, оптимизацию рекламных кампаний, анализ ключевых	**Discipline code: (EC)** PMarKR 2206-26 **Discipline name:** Performance Marketing and Contextual Advertising **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). **Post-requirements:** Digital Product Management and Agile Methodologies. Digital Public Relations and Reputation Management. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in performance marketing and advertising campaign management in the digital environment. The content covers contextual advertising tools, media planning, advertising campaign optimization, analysis of key performance indicators (KPIs), and return on investment (ROI) evaluation. **Learning outcome of the discipline:** as a

	тиімділік көрсеткіштерін (KPI) талдауды және инвестициялардың қайтарымдылығын (ROI) бағалауды камтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы маркетингтік мақсаттарға қол жеткізу және олардың нәтижелілігін арттыру үшін цифрлық жарнамалық науқандарды баптайды.	показателей эффективности и оценку возврата инвестиций. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся настраивает цифровые рекламные кампании для достижения маркетинговых целей и повышения их результативности.	result of mastering the discipline, the learner sets up digital advertising campaigns to achieve marketing goals and increase their effectiveness.
23	**Пәннің коды: (ТК)** PPSERM 2206-26 **Пәннің атауы:** Іздеу жүйелерінде жылжыту және SERM (кіріс маркетингі) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). E-Commerce-тегі логистика және жеткізу тізбегін басқару. **Постреквизиттер:** Цифрлық өнімді басқару және Agile-әдіснамалар. Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортада іздеу жүйелері арқылы ілгерілету (SEO) және репутацияны басқару саласындағы білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны SEO-оңтайландыру негіздерін, inbound-маркетинг (кіріс маркетинг) стратегияларын, іздеудегі көрінуді (поисковая видимость) басқару әдістерін және онлайн-репутацияны қалыптастыру мен қорғауға арналған SERM құралдарын камтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы органикалық	**Код дисциплины: (КВ)** PPSERM 2206-26 **Наименование дисциплины:** Поисковое продвижение и SERM (Inbound-маркетинг) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). Логистика и управление цепями поставок в E-Commerce. **Постреквизиты:** Управление цифровыми продуктами и Agile-методологии. Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области поискового продвижения и управления репутацией в цифровой среде. Содержание охватывает основы SEO-оптимизации, стратегии inbound-маркетинга, методы управления поисковой видимостью и инструменты SERM для формирования и защиты онлайн-репутации. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся оптимизирует поисковую видимость цифровых ресурсов и репутацию бренда для привлечения органического	**Discipline code: (EC)** PPSERM 2206-26 **Discipline name:** Search Engine Optimization and SERM (Inbound Marketing) **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). Logistics and Supply Chain Management in E-Commerce. **Post-requirements:** Digital Product Management and Agile Methodologies. Digital Public Relations and Reputation Management. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in the field of search engine optimization (SEO) and online reputation management in the digital environment. The content covers the fundamentals of SEO optimization, inbound marketing strategies, search visibility management methods, and SERM tools for shaping and protecting online reputation. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner optimizes the search visibility of digital resources and brand reputation to attract organic traffic.

	трафикті тарту үшін цифрлық ресурстардың іздеудегі көрінуін және брендтің репутациясын оңтайландырады.	трафика.	
24	**Пәннің коды: (ТК)** AMarCRMS 2207-26 **Пәннің атауы:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Цифрлық тұтынушылық тәжірибені басқару және UX-талдау. E-Commerce-тегі логистика және жеткізу тізбегін басқару. **Постреквизиттер:** Технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар негіздері. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетингтік процестерді автоматтандыру және CRM-жүйелерді қолдану саласында білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны клиенттермен өзара қарым-қатынасты басқару қағидаттарын, CRM-платформаларды баптауды, коммуникациялар мен сату воронкаларын автоматтандыруды, клиенттік базаны сегменттеуді және маркетингтік кампаниялардың тиімділігін талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы CRM-жүйелерді қолдана отырып маркетингтік процестер мен клиенттік коммуникацияларды автоматтандырады.	**Код дисциплины: (КВ)** AMarCRMS 2207-26 **Наименование дисциплины:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Управление цифровым клиентским опытом и UX-аналитика. Логистика и управление цепями поставок в E-Commerce. **Постреквизиты:** Основы технологического предпринимательства и стартапов. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области автоматизации маркетинговых процессов и использования CRM-систем. Содержание охватывает принципы управления взаимоотношениями с клиентами, настройку CRM-платформ, автоматизацию коммуникаций и воронок продаж, сегментацию клиентской базы и анализ эффективности кампаний. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся автоматизирует маркетинговые процессы и управление клиентскими коммуникациями с использованием CRM-систем.	**Discipline code: (EC)** AMarCRMS 2207-26 **Discipline name:** Marketing Automation and CRM Systems **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Digital Customer Experience Management and UX Analytics. Logistics and Supply Chain Management in E-Commerce **Post-requirements:** Fundamentals of Technology Entrepreneurship and Startups. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in marketing process automation and the use of CRM systems. The content covers principles of customer relationship management, CRM platform configuration, automation of communication and sales funnels, customer base segmentation, and analysis of campaign effectiveness. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner automates marketing processes and customer communications using CRM systems.
25	**Пәннің коды: (ТК)** UKLDMar 2207-26 **Пәннің атауы:** Клиенттік лоялдықты басқару және Direct-маркетинг	**Код дисциплины: (КВ)** UKLDMar 2207-26 **Наименование дисциплины:** Управление клиентской лояльностью и Direct-маркетинг	**Discipline code: (EC)** UKLDMar 2207-26 **Discipline name:** Customer Loyalty Management and Direct Marketing

	Курс – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). Цифрлық тұтынушылық тәжірибені басқару және UX-талдау. **Постреквизиттер:** Цифрлық экожүйелердегі контенттік маркетинг және трафик-менеджмент. Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән клиенттік адалдықты басқару және тікелей маркетинг құралдары саласында білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны клиенттерді ұстап қалу әдістерін, адалдық бағдарламаларын, коммуникацияларды дербестендіруді, direct-маркетинг арналары мен клиенттермен өзара әрекеттесудің тиімділігін талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы клиенттік адалдықты арттыру және ұзақ мерзімді қатынастарды дамыту стратегияларын енгізеді.	**Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). Управление цифровым клиентским опытом и UX-аналитика. **Постреквизиты:** Контентный маркетинг и трафик-менеджмент в цифровых экосистемах. Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков в области управления клиентской лояльностью и инструментов прямого маркетинга. Содержание охватывает методы удержания клиентов, программы лояльности, персонализацию коммуникаций, каналы direct-маркетинга и анализ эффективности взаимодействия с клиентами. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся внедряет стратегии повышения клиентской лояльности и развития долгосрочных отношений с клиентами.	**Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). Digital Customer Experience Management and UX Analytics. **Post-requirements:** Content Marketing and Traffic Management in Digital Ecosystems. Digital Public Relations and Reputation Management. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in customer loyalty management and direct marketing tools. The content covers customer retention methods, loyalty programs, communication personalization, direct marketing channels, and analysis of customer interaction effectiveness. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner implements strategies to enhance customer loyalty and develop long-term customer relationships.
26	**Пәннің коды: (ТК)** IIUO 3208-26 **Пәннің атауы:** Объектілерді басқарудағы жасанды интеллект (Minor) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, Жасанды интеллектке кіріспе (Minor), Жасанды нейрондық желілерді әзірлеу (Minor) **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау	**Код дисциплины: (КВ)** IIUO 3208-26 **Наименование дисциплины:** Искусственный интеллект в управлении объектами (Minor) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Информационно-коммуникационные технологии, Введение в искусственный интеллект (Minor), Разработка искусственных нейронных сетей (Minor) **Постреквизиты:** Итоговая аттестация	**Discipline code: (EC)** IIUO 3208-26 **Discipline name:** Artificial Intelligence in the Management of Objects (Minor) **Course** – 2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Information and Communication Technologies, Introduction to Artificial Intelligence (Minor), Development of Artificial Neural Networks (Minor) **Post-requirements:** Final certification

	Пәннің қысқаша сипаттамасы: Пән жасанды интеллект жүйелерінің жұмыс принциптері, ЖИ арқылы объектілерді басқару әдістері және интеллектуалды шешімдер әзірлеу дағдыларын қалыптастыруға бағытталған. Пәннің мазмұны ЖИ-дің базалық тұжырымдамалары, шешім қабылдау алгоритмдері, объектілерді автоматтандырылған басқару және ЖИ жүйелерін интеграциялауды қамтиды. Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы объектілерді тиімді және қауіпсіз басқару үшін ЖИ-ді қолдану дағдыларын меңгереді. **Пәннің оқу нәтижелері:** әртүрлі объектілерді басқару кезінде деректерді талдау, бақылау және басқару шешімдерін қабылдау үшін жасанды интеллект технологияларын қолданады.	**Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование знаний о принципах работы систем искусственного интеллекта, методах управления объектами с использованием ИИ и навыках разработки интеллектуальных решений. Содержание охватывает базовые концепции ИИ, алгоритмы принятия решений, автоматизацию управления объектами и интеграцию ИИ в системы. В результате изучения дисциплины обучающийся осваивает применение ИИ для эффективного и безопасного управления объектами. **Результаты обучения дисциплины:** применяет технологии искусственного интеллекта для анализа данных, мониторинга и принятия управленческих решений при управлении различными объектами.	**Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing knowledge of artificial intelligence system principles, methods for managing objects using AI, and skills in developing intelligent solutions. The content covers basic AI concepts, decision-making algorithms, automation of object control, and AI system integration. As a result of studying the discipline, the student masters the application of AI for effective and safe object management. **Learning outcome of the discipline:** it uses artificial intelligence technologies for data analysis, monitoring, and management decision-making in the management of various facilities.
27	**Пәннің коды: (ТК)** MSSTsE 2208-26 **Пәннің атауы:** Әлеуметтік медианы мониторингтеу және цифрлық этнография **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Контент-маркетинг және SMM. Маркетингтегі кешенді аналитика және Big Data. **Постреквизиттер:** Мобильді маркетинг (қосымшаларды ілгерілету, ASO). Цифрлық экожүйелердегі контенттік маркетинг және трафик-менеджмент. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** пән әлеуметтік медиа мен цифрлық қауымдастықтарды талдау саласында білім мен практикалық дағдыларды	**Код дисциплины: (КВ)** MSSTsE 2208-26 **Наименование дисциплины:** Мониторинг социальных медиа и цифровая этнография **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Контент-маркетинг и SMM. Сквозная аналитика и Big Data в маркетинге. **Постреквизиты:** Мобильный маркетинг (продвижение приложений, ASO). Контентный маркетинг и трафик-менеджмент в цифровых экосистемах. **Краткое описание дисциплины:** дисциплина направлена на формирование знаний и практических навыков анализа социальных медиа и цифровых сообществ. Содержание охватывает методы мониторинга социальных	**Discipline code: (EC)** MSSTsE 2208-26 **Discipline name:** Social Media Monitoring and Digital Ethnography **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Content Marketing and Social Media Marketing. End-to-End Analytics and Big Data in Marketing **Post-requirements:** Mobile Marketing (App Promotion, ASO). Content Marketing and Traffic Management in Digital Ecosystems. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing knowledge and practical skills in the analysis of social media and digital communities. The content covers methods of social platform monitoring, user-generated

	қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны әлеуметтік платформаларды мониторингтеу әдістерін, пайдаланушы контентін, цифрлық этнография негіздерін, онлайн-мәдениеттерді және пайдаланушылардың мінез-құлықтық тәжірибелерін зерттеуді қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы маркетингтік және аналитикалық міндеттер үшін цифрлық ортаны талдайды.	платформ, пользовательский контент, основы цифровой этнографии, изучение онлайн-культур и поведенческих практик пользователей. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся анализирует цифровую среду для маркетинговых и аналитических задач.	content, fundamentals of digital ethnography, the study of online cultures, and users' behavioral practices. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner analyzes the digital environment for marketing and analytical tasks.
28	**Пәннің коды: (ТК)** MarIAD 2208-26 **Пәннің атауы:** Маркетингтік зерттеулер және деректерді талдау **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Экономика мен басқарудағы ғылыми зерттеулердің негіздері. Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Эконометрика және нарықты талдау. Бизнес-аналитика және коммерциялық деректерді визуализациялау. **Постреквизиттер:** Цифрлық өнімді басқару және Agile-әдіснамалар. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән білім алушыларда маркетингтік зерттеулер, деректерді жинау және талдау саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Пән мазмұны нарықты зерттеу әдістерін, ақпарат жинау технологияларын, деректерді өңдеу мен статистикалық талдауды, сондай-ақ басқарушылық шешімдер қабылдау үшін нәтижелерді интерпретациялауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру	**Код дисциплины: (КВ)** MarIAD 2208-26 **Наименование дисциплины:** Маркетинговые исследования и анализ данных **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Основы научных исследований в экономике и управлении. Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Эконометрика и анализ рынка. Бизнес-аналитика и визуализация коммерческих данных. **Постреквизиты:** Управление цифровыми продуктами и Agile-методологии. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований, сбора и анализа данных. Содержание включает методы исследования рынка, технологии сбора информации, обработку и статистический анализ данных, а также интерпретацию результатов для принятия управленческих решений. **Результаты обучения дисциплины:** в	**Discipline code: (EC)** MarIAD 2208-26 **Discipline name:** Marketing Research and Data Analysis **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Fundamentals of Scientific Research in Economics and Management. Marketing Research and Predictive Analytics. Econometrics and Market Analysis. Business Analytics and Visualization of Business Data. **Post-requirements:** Digital Product Management and Agile Methodologies. **Brief description of the course:** The discipline is aimed at developing theoretical knowledge and practical skills in marketing research, data collection, and analysis. The course content includes market research methods, data collection technologies, data processing and statistical analysis, as well as interpretation of research results for effective decision-making. **Learning outcome of the discipline:** upon completion, students gain skills in market analysis, consumer behavior assessment, and

	барысында білім алушы нарықты талдау, тұтынушылардың мінез-құлқын бағалау және маркетингтік стратегияларды әзірлеу дағдыларын игереді.	результате освоения дисциплины обучающийся приобретает навыки анализа рынка, оценки потребительского поведения и разработки маркетинговых стратегий.	development of marketing strategies.
29	**Пәннің коды: (ТК)** PMAITMar 2208-26 **Пәннің атауы:** Маркетингтегі предиктивті модельдеу және AI-технологиялар **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар. Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. **Постреквизиттер:** Технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар негіздері. Цифрлық іс-шараларды маркетингілеу және геймификация. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетингтегі болжамды (предиктивті) модельдеу және AI-технологияларды (жасанды интеллект) қолдану саласындағы базалық білімді қалыптастыруға бағытталған. Деректерді талдау, тұтынушылардың мінез-құлқын болжау, машиналық оқыту және маркетингтік процестерді автоматтандыру әдістері қарастырылады. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы AI-технологиялар мен талдау модельдері негізінде тұтынушылардың мінез-құлқын және маркетингтік стратегиялардың тиімділігін болжайды.	**Код дисциплины: (КВ)** PMAITMar 2208-26 **Наименование дисциплины:** Предиктивное моделирование и AI-технологии в маркетинге **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Информационно-коммуникационные технологии. Автоматизация маркетинга и CRM-системы. **Постреквизиты:** Основы технологического предпринимательства и стартапов. Маркетинг цифровых событий и геймификация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области предиктивного моделирования и применения AI-технологий в маркетинге. Рассматриваются методы анализа данных, прогнозирования поведения потребителей, машинного обучения и автоматизации маркетинговых процессов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате обучающийся прогнозирует поведение потребителей и эффективность маркетинговых стратегий на основе AI-технологий и аналитических моделей.	**Discipline code: (EC)** PMAITMar 2208-26 **Discipline name:** Predictive Modeling and AI Technologies in Marketing **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Information and Communication Technologies. Marketing Automation and CRM Systems. **Post-requirements:** Fundamentals of Technology Entrepreneurship and Startups. Digital Event Marketing and Gamification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing foundational knowledge in predictive modeling and the application of AI technologies in marketing. Methods of data analysis, consumer behavior forecasting, machine learning, and automation of marketing processes are considered. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner forecasts consumer behavior and the effectiveness of marketing strategies based on AI technologies and analytical models.
30	**Пәннің коды: (ТК)** BDTsK 2208-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық маркетинг пен	**Код дисциплины: (КВ)** BDTsK 2208-26 **Наименование дисциплины:** Big Data в	**Discipline code: (EC)** BDTsK 2208-26 **Discipline name:** Big Data in Digital

	коммерциядағы Big Data **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Мамандыкка кіріспе (Цифрлық маркетинг). Бизнес-аналитика және коммерциялық деректерді визуализациялау. **Постреквизиттер:** Цифрлық өнімді басқару және Agile-әдіснамалар. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән коммерциялық қызмет пен цифрлық маркетингте Big Data (үлкен деректер) технологияларын қолдану туралы базалық білімді қалыптастыруға бағытталған. Тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу, аудиторияны сегменттеу және маркетингтік шешімдерді оңтайландыру үшін үлкен деректерді жинау, өңдеу және талдау әдістері қарастырылады. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы бизнестің және цифрлық коммуникациялардың тиімділігін арттыру үшін үлкен деректерді талдайды.	цифровом маркетинге и коммерции **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). Бизнес-аналитика и визуализация коммерческих данных. **Постреквизиты:** Управление цифровыми продуктами и Agile-методологии. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний о применении Big Data в коммерческой деятельности и цифровом маркетинге. Рассматриваются методы сбора, обработки и анализа больших данных для изучения потребительского поведения, сегментации аудитории и оптимизации маркетинговых решений. **Результаты обучения дисциплины:** в результате обучающийся анализирует большие данные для повышения эффективности бизнеса и цифровых коммуникаций.	Marketing and Commerce **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Introduction to the Specialty (Digital Marketing). Business Analytics and Visualization of Business Data. **Post-requirements:** Digital Product Management and Agile Methodologies. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing foundational knowledge about the application of Big Data in commercial activities and digital marketing. Methods of collecting, processing, and analyzing big data to study consumer behavior, audience segmentation, and marketing decision optimization are considered. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner analyzes big data to increase business efficiency and digital communications.
31	**Пәннің коды: (ТК)** OTPSt 3208-26 **Пәннің атауы:** Технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар негіздері **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Экономика, кәсіпкерлік, құқық және қаржылық сауаттылық модулі (экономика және кәсіпкерліктің негіздері, құқық негіздері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет, қаржылық сауаттылық негіздері)	**Код дисциплины: (КВ)** OTPSt 3208-26 **Наименование дисциплины:** Основы технологического предпринимательства и стартапов **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Модуль экономики, предпринимательства, права и финансовой грамотности (основы экономики и предпринимательства, основы права и антикоррупционная культура, основы	**Discipline code: (EC)** OTPSt 3208-26 **Discipline name:** Fundamentals of Technology Entrepreneurship and Startups **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Module of Economics, Entrepreneurship, Law and Financial Literacy (Fundamentals of Economics and Entrepreneurship, Fundamentals of Law and Anti-Corruption Culture, Fundamentals of Financial Literacy)

	Постреквизиттер: Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика. Коммерциялық қызметтегі тәуекелдерді басқару және инвестициялық талдау. Цифрлық саладағы құқықтық аспектілер және киберқауіпсіздік. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар құру саласында базалық білімді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны бизнес-идеяларды генерациялауды, бизнес-модельдерді әзірлеуді, нарықтық мүмкіндіктерді бағалауды, инвестиция тартуды және стартап-жобаларды басқаруды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық экономика және инновациялық даму жағдайында технологиялық бизнес-жобаларды әзірлейді.	финансовой грамотности) **Постреквизиты:** Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика. Управление рисками и инвестиционный анализ в коммерческой деятельности. Юридические аспекты и кибербезопасность в цифровой сфере. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование базовых знаний в области технологического предпринимательства и создания стартапов. Содержание охватывает генерацию бизнес-идей, разработку бизнес-моделей, оценку рыночных возможностей, привлечение инвестиций и управление стартап-проектами. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся разрабатывает технологические бизнес-проекты в условиях цифровой экономики и инновационного развития.	**Post-requirements:** Marketing Budget and End-to-End Analytics. Risk Management and Investment Analysis in Business Operations. Legal Issues and Cybersecurity in the Digital Realm. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing foundational knowledge in technological entrepreneurship and startup creation. The content covers business idea generation, development of business models, assessment of market opportunities, investment attraction, and startup project management. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner develops technology-based business projects within the context of the digital economy and innovation-driven development.
32	**Пәннің коды: (ТК)** UTsPAM 3208-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық өнімді басқару және Agile-әдіснамалар **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). **Постреквизиттер:** Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика. Коммерциялық қызметтегі тәуекелдерді басқару және инвестициялық талдау. Цифрлық саладағы құқықтық аспектілер және киберқауіпсіздік. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән продакт-менеджердің кәсіби қызметі және қазіргі жағдайдағы икемді әдіснамалардың	**Код дисциплины: (КВ)** UTsPAM 3208-26 **Наименование дисциплины:** Управление цифровыми продуктами и Agile-методологии **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Введение в специальность (Цифровой маркетинг). **Постреквизиты:** Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика. Управление рисками и инвестиционный анализ в коммерческой деятельности. Юридические аспекты и кибербезопасность в цифровой сфере **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование первичных представлений о профессиональной	**Discipline code: (EC)** UTsPAM 3208-26 **Discipline name:** Digital Product Management and Agile Methodologies **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites**: Introduction to the Specialty (Digital Marketing). **Post-requirements:** Marketing Budget and End-to-End Analytics. Risk Management and Investment Analysis in Business Operations. Legal Issues and Cybersecurity in the Digital Realm. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing initial insights into the professional activities of a product manager

	(гибкие методологии) жұмыс істеу ерекшеліктері туралы бастапқы түсініктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны өнімнің өмірлік циклін басқару негіздерін, Agile-дың негізгі фреймворктерін, білім беру бағдарламасының құрылымын және өнімдік аналитиканы дамытудың қазіргі үрдістерін қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы өзінің кәсіби дамуының жеке траекториясын құрады.	деятельности продакт-менеджера и специфике функционирования гибких методологий в современных условиях. Содержание охватывает основы управления жизненным циклом продукта, ключевые фреймворки Agile, структуру образовательной программы и современные тенденции развития продуктовой аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся выстраивает индивидуальную траекторию профессионального развития.	and the specifics of agile methodologies functioning in modern conditions. The content covers the fundamentals of product lifecycle management, key Agile frameworks, the structure of the educational program, and current trends in the development of product analytics. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner builds an individual trajectory of professional development.
Бейіндеуші пәндер (ЖК) / Профилирующие дисциплины (ВК) / Profiling disciplines (UC) - 10 кредит / кредитов / credits			
33	**Пәннің коды: (ЖК)** KMar 2301-26 **Пәннің атауы: Контент-маркетинг және SMM** **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. **Постреквизиттер:** Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы (Neuromarketing). **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән контент-маркетинг және SMM саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны контент-стратегияларды әзірлеуді, әлеуметтік медиаға арналған контентті құру мен бейімдеуді, цифрлық коммуникацияларды басқаруды, мақсатты аудиториямен жұмысты және талдау құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы цифрлық арналарда	**Код дисциплины: (ВК)** KMar 2301-26 **Наименование дисциплины: Контент-маркетинг и SMM** **Курс** – 1; **семестр** - 2 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. **Постреквизиты:** Поведение потребителей в цифровой среде (Neuromarketing). **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области контент-маркетинга и SMM. Содержание охватывает разработку контент-стратегий, создание и адаптацию контента для социальных медиа, управление цифровыми коммуникациями, работу с целевой аудиторией и применение инструментов аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины	**Discipline code: (UC)** KMar 2301-26 **Discipline name: Content Marketing and Social Media Marketing** **Course** – 1, **semester** - 2 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. **Post-requirements:** Consumer Behavior in the Digital Environment (Neuromarketing). **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in content marketing and SMM. The content covers the development of content strategies, content creation and adaptation for social media, digital communications management, target audience engagement, and the application of analytics tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner uses content marketing and SMM tools for brand promotion across digital channels.

	брендтерді ілгерілету үшін контент-маркетинг пен SMM құралдарын пайдаланады.	обучающийся использует инструменты контент-маркетинга и SMM для продвижения брендов в цифровых каналах.	
34	**Пәннің коды: (ЖК)** TsMarSKP 2302-26 **Пәннің атауы: Цифрлық маркетинг: жылжыту стратегиясы мен арналары** **Курс** – 2; **семестр** - 3 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетинг және менеджмент негіздері. Мамандыққа кіріспе (Цифрлық маркетинг). **Постреквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық маркетинг, стратегиялық жоспарлау және ілгерілету арналарын басқару саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны digital-стратегияларды әзірлеуді, маркетингтік арналарды таңдау мен интеграциялауды, мақсатты аудиторияны талдауды, тарту воронкаларын басқаруды және цифрлық аналитика құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы цифрлық маркетинг стратегияларын қолданады және маркетингтік мақсаттарға қол жеткізу үшін ілгерілету арналарының пайдаланылуын үйлестіреді.	**Код дисциплины: (ВК)** TsMarSKP 2302-26 **Наименование дисциплины: Цифровой маркетинг: стратегия и каналы продвижения** **Курс** – 2; **семестр** – 3 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы маркетинга и менеджмента. Введение в специальность (Цифровой маркетинг) **Постреквизиты:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы. Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области цифрового маркетинга, стратегического планирования и управления каналами продвижения. Содержание охватывает разработку digital-стратегий, выбор и интеграцию маркетинговых каналов, анализ целевой аудитории, управление воронками привлечения и применение инструментов цифровой аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся применяет стратегии цифрового маркетинга и координирует использование каналов продвижения для достижения маркетинговых целей.	**Discipline code: (UC)** TsMarSKP 2302-26 **Discipline name: Digital Marketing: Strategy and Promotion Channels** **Course** – 2, **semester** - 3 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Marketing and Management. Introduction to the Specialty (Digital Marketing). **Post-requirements:** Marketing Automation and CRM Systems. Marketing Research and Predictive Analytics. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in digital marketing, strategic planning, and promotion channel management. The content covers the development of digital strategies, selection and integration of marketing channels, target audience analysis, acquisition funnel management, and the application of digital analytics tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner applies digital marketing strategies and coordinates the use of promotion channels to achieve marketing goals.
Бейіндеуші пәндер (ТК) / Профилирующие дисциплины (КВ) / Profiling disciplines (EC) - 65 кредит / кредитов / credits			
35	**Пәннің коды: (ТК)** EMarMMar 2303-26	**Код дисциплины: (КВ)** EMarMMar 2303-26	**Discipline code: (EC)** EMarMMar 2303-26

	Пәннің атауы: Email-маркетинг және мессенджер-маркетинг (автоворонкалар) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Контент-маркетинг және SMM. **Постреквизиттер:** Цифрлық тұтынушылық тәжірибені басқару және UX-талдау. Мобильді маркетинг (қосымшаларды ілгерілету, ASO). **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән автоматтандырылған воронкаларды қолдана отырып, email-маркетинг және мессенджер-маркетинг саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны аудиторияны сегменттеу мен дербестендіруді (персонализациялауды), автоматты хабарламалар тізбегін құруды, коммуникациялық сценарийлерді баптауды, CRM-жүйелерді интеграциялауды және талдау құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы автоматтандырылған коммуникациялық воронкаларды оңтайландырады және цифрлық маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін арттырады.	**Наименование дисциплины:** Email-маркетинг и мессенджер-маркетинг (автоворонки) **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Контент-маркетинг и SMM. **Постреквизиты:** Управление цифровым клиентским опытом и UX-аналитика. Мобильный маркетинг (продвижение приложений, ASO). **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области email-маркетинга и мессенджер-маркетинга с использованием автоматизированных воронок. Содержание охватывает сегментацию и персонализацию аудитории, создание цепочек автоматических сообщений, настройку коммуникационных сценариев, интеграцию CRM-систем и применение аналитических инструментов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся оптимизирует автоматизированные коммуникационные воронки и повышает эффективность цифровых маркетинговых коммуникаций.	**Discipline name:** Email Marketing and Messenger Marketing (Automated Funnels) **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Marketing Research and Predictive Analytics. Content Marketing and Social Media Marketing. **Post-requirements:** Digital Customer Experience Management and UX Analytics. Mobile Marketing (App Promotion, ASO). **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of email marketing and messenger marketing using automated funnels. The content covers audience segmentation and personalization, creating automated message sequences, setting up communication scenarios, integrating CRM systems, and applying analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner optimizes automated communication funnels and increases the efficiency of digital marketing communications.
36	**Пәннің коды: (ГК)** MarSMKMen 2303-26 **Пәннің атауы:** Әлеуметтік медиа маркетингі (SMM) және комьюнити-менеджмент **Курс** – 2; **семестр** - 4 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5	**Код дисциплины: (КВ)** MarSMKMen 2303-26 **Наименование дисциплины:** Маркетинг в социальных медиа (SMM) и комьюнити-менеджмент **Курс** – 2; **семестр** - 4	**Discipline code: (EC)** MarSMKMen 2303-26 **Discipline name:** Social Media Marketing (SMM) and Community Management **Course** –2, **semester** - 4 **Number of academic credits:** 5

	Пререквизиттер: Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика. Контент-маркетинг және SMM. **Постреквизиттер:** Мобильді маркетинг (қосымшаларды ілгерілету, ASO). Цифрлық экожүйелердегі контенттік маркетинг және трафик-менеджмент. Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән әлеуметтік медиадағы маркетинг (SMM) және комьюнити-менеджмент саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны SMM-науқандарды стратегиялық жоспарлауды, цифрлық қоғамдастықтарды басқаруды, әлеуметтік платформаларға арналған контентті құру мен бейімдеуді, аудиторияның тартылуын (белсенділігін) дамытуды және талдау құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы әлеуметтік медиада ілгерілету және онлайн-қоғамдастықтарды дамыту стратегияларын құрады.	**Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика. Контент-маркетинг и SMM. **Постреквизиты:** Мобильный маркетинг (продвижение приложений, ASO). Контентный маркетинг и трафик-менеджмент в цифровых экосистемах. Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области маркетинга в социальных медиа и комьюнити-менеджмента. Содержание охватывает стратегическое планирование SMM-кампаний, управление цифровыми сообществами, создание и адаптацию контента для социальных платформ, развитие вовлеченности аудитории и применение аналитических инструментов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся создает стратегии продвижения в социальных медиа и развития онлайн-сообществ.	**Prerequisites:** Marketing Research and Predictive Analytics. Content Marketing and Social Media Marketing. **Post-requirements:** Mobile Marketing (App Promotion, ASO). Content Marketing and Traffic Management in Digital Ecosystems. Digital Public Relations and Reputation Management. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in social media marketing (SMM) and community management. The content covers strategic planning of SMM campaigns, digital community management, content creation and adaptation for social platforms, audience engagement development, and the application of analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner creates strategies for social media promotion and online community development.
37	**Пәннің коды: (ТК)** MobMar 3302-26 **Пәннің атауы:** Мобильді маркетинг (қосымшаларды ілгерілету, ASO) **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Әлеуметтік медиа маркетингі (SMM) және комьюнити-менеджмент. Маркетингтік зерттеулер және предиктивті аналитика.	**Код дисциплины: (КВ)** MobMar 3302-26 **Наименование дисциплины:** Мобильный маркетинг (продвижение приложений, ASO) **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Маркетинг в социальных медиа (SMM) и комьюнити-менеджмент. Маркетинговые исследования и предиктивная аналитика.	**Discipline code: (EC)** MobMar 3302-26 **Discipline name:** Mobile Marketing (App Promotion, ASO) **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Social Media Marketing (SMM) and Community Management. Marketing Research and Predictive Analytics. **Post-requirements:** Marketing Budget and

	Постреквизиттер: Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика. Цифрлық бизнесті құқықтық сүйемелдеу және электрондық коммерция. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән мобильді маркетинг және ASO құралдарын қолдана отырып қосымшаларды ілгерілету саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны мобильді қосымшаларды ілгерілету стратегияларын, қосымшалар дүкендеріндегі карточкаларды оңтайландыруды (ASO), пайдаланушыларды тарту мен ұстап қалуды басқаруды, мобильді метрикаларды талдауды және цифрлық аналитика құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы мобильді қосымшаларды ілгерілету және олардың цифрлық дүкендердегі көрінуін (видимость) арттыру стратегияларын әзірлейді.	**Постреквизиты:** Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика. Правовое сопровождение цифрового бизнеса и электронная коммерция. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области мобильного маркетинга и продвижения приложений с использованием ASO. Содержание охватывает стратегии продвижения мобильных приложений, оптимизацию карточек в магазинах приложений, управление пользовательским привлечением и удержанием, анализ мобильных метрик и применение инструментов цифровой аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся разрабатывает стратегии продвижения мобильных приложений и повышения их видимости в цифровых магазинах.	End-to-End Analytics. Legal Support for Digital Business and E-Commerce. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in mobile marketing and app promotion using ASO. The content covers mobile app promotion strategies, app store optimization (ASO), user acquisition and retention management, mobile metrics analysis, and the application of digital analytics tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner develops strategies for mobile app promotion and increasing their visibility in digital storefronts.
38	**Пәннің коды: (ТК)** ККТК 3302-26 **Пәннің атауы:** Коммерциялық копирайтинг және мәтіндік коммуникациялар **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Performance-маркетинг және контекстік жарнама. Цифрлық маркетинг пен коммерциядағы Big Data. **Постреквизиттер:** Цифрлық саладағы құқықтық аспектілер және киберқауіпсіздік. Корпоративтік амбассадорлық және атқарушы репутацияны басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән	**Код дисциплины: (КВ)** ККТК 3302-26 **Наименование дисциплины:** Коммерческий копирайтинг и текстовые коммуникации **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Performance-маркетинг и контекстная реклама. Big Data в цифровом маркетинге и коммерции. **Постреквизиты:** Юридические аспекты и кибербезопасность в цифровой сфере. Корпоративное амбассадорство и управление исполнительской репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина	**Discipline code: (EC)** KKTK 3302-26 **Discipline name:** Commercial Copywriting and Text Communications **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Performance Marketing and Contextual Advertising. Big Data in Digital Marketing and Commerce. **Post-requirements:** Legal Issues and Cybersecurity in the Digital Realm. Corporate Ambassador Program and Executive Reputation Management. **Brief description of the course:** The course

	цифрлық өнімдер үшін сатушы және ақпараттық мәтіндерді жасау саласындағы құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны коммерциялық копирайтинг негіздерін, сторителлингті, редакциялауды, контентті түрлі платформаларға бейімдеуді және лендингтер прототиптерін дайындауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы кәсіби мәтіндік контент жасайды және бренд коммуникацияларын оңтайландырады.	направлена на формирование компетенций в области создания продающих и информационных текстов для цифровых продуктов. Содержание охватывает основы коммерческого копирайтинга, сторителлинг, редактуру, адаптирование контента под различные платформы и подготовку прототипов лендингов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся создает профессиональный текстовый контент и оптимизирует коммуникации бренда.	aims to develop competencies in creating promotional and informational texts for digital products. The content covers commercial copywriting fundamentals, storytelling, editing, content adaptation for various platforms, and landing page wireframing. **Learning outcome of the discipline:** upon completion, students produce professional text content and optimize brand communications.
39	**Пәннің коды: (ТК)** POVM 3304-26 **Пәннің атауы:** Іздеуді оңтайландыру және веб-мастеринг **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Іздеу жүйелерінде жылжыту және SERM (кіріс маркетинг). **Постреквизиттер:** Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO) және веб-бағдарламалау (web-mastering) саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны веб-ресурстарды техникалық және контенттік оңтайландыруды, іздеу жүйелерімен жұмыс жасауды, сайт құрылымын басқаруды, органикалық іздеу нәтижелеріндегі көрінуді арттыруды және аналитикалық құралдарды қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру	**Код дисциплины: (КВ)** POVM 3304-26 **Наименование дисциплины:** Поисковая оптимизация и веб-мастеринг **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Поисковое продвижение и SERM (Inbound-маркетинг). **Постреквизиты:** Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области поисковой оптимизации (SEO) и веб-мастеринга. Содержание охватывает техническую и контентную оптимизацию веб-ресурсов, работу с поисковыми системами, управление структурой сайтов, повышение видимости в органической выдаче и применение аналитических инструментов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины	**Discipline code: (EC)** POVM 3304-26 **Discipline name:** Search Engine Optimization and Webmastering **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Search Engine Optimization and SERM (Inbound Marketing). **Post-requirements:** Marketing Budget and End-to-End Analytics. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in search engine optimization (SEO) and web mastering. The content covers technical and content optimization of web resources, working with search engines, managing website structure, improving visibility in organic search results, and applying analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner justifies SEO promotion and web optimization strategies to enhance the effectiveness of digital

	нәтижесінде білім алушы цифрлық ресурстардың тиімділігін арттыру үшін SEO-ілгерілету және веб-оңтайландыру стратегияларын негіздейді.	обучающийся обосновывает стратегии SEO-продвижения и веб-оптимизации для повышения эффективности цифровых ресурсов.	resources.
40	**Пәннің коды: (ТК)** KMarTMenTsS 3304-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық экожүйелердегі контенттік маркетинг және трафик-менеджмент **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Email-маркетинг және мессенджер-маркетинг (автоворонкалар). **Постреквизиттер:** Желідегі беделді басқару және SERM. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән контент-маркетинг және цифрлық экожүйелердегі трафикті басқару саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны контент стратегияларын әзірлеуді, цифрлық арналарда трафикті бөлу мен оңтайландыруды, пайдаланушы ағындарын басқаруды, контенттік белсенділіктің тиімділігін талдауды және аналитикалық құралдарды қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық трафикті бөлуді және экожүйелердегі контенттік коммуникациялардың тиімділігін үйлестіреді.	**Код дисциплины:(КВ)** KMarTMenTsS 3304-26 **Наименование дисциплины:** Контентный маркетинг и трафик-менеджмент в цифровых экосистемах **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Email-маркетинг и мессенджер-маркетинг (автоворонки). **Постреквизиты:** Управление репутацией в сети и SERM. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области контентного маркетинга и управления цифровым трафиком в экосистемах. Содержание охватывает разработку контент-стратегий, распределение и оптимизацию трафика в digital-каналах, управление пользовательскими потоками, анализ эффективности контентных активностей и применение инструментов аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует распределение цифрового трафика и эффективность контентных коммуникаций в экосистемах.	**Discipline code:(EC)** KMarTMenTsS 3304-26 **Discipline name:** Content Marketing and Traffic Management in Digital Ecosystems **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Email Marketing and Messenger Marketing (Automated Funnels). **Post-requirements:** Online Reputation Management and SERM. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in content marketing and digital traffic management within ecosystems. The content covers development of content strategies, distribution and optimization of traffic across digital channels, management of user flows, analysis of content activity effectiveness, and application of analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner coordinates the distribution of digital traffic and the effectiveness of content communications within ecosystems.
41	**Пәннің коды: (ТК)** IMarRB 3305-26 **Пәннің атауы:** Influence-маркетинг және блогерлермен жұмыс **Курс** – 3; **семестр** - 5	**Код дисциплины:(КВ)** IMarRB 3305-26 **Наименование дисциплины:** Influence-маркетинг и работа с блогерами **Курс** – 3; **семестр** - 5	**Discipline code:(EC)** IMarRB 3305-26 **Discipline name:** Influencer Marketing and Blogger Relations **Course** –3, **semester** - 5

	Академиялық кредиттер көлемі: 6 **Пререквизиттер:** Клиенттік лоялдықты басқару және Direct-маркетинг. Әлеуметтік медианы мониторингтеу және цифрлық этнография. **Постреквизиттер:** Корпоративтік амбассадорлық және аткарушы репутацияны басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән influence-маркетинг және блогерлермен жұмыс саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны инфлюенсерлермен науқандарды стратегиялық жоспарлауды, блогерлерді іріктеу және бағалауды, креативті интеграцияларды әзірлеуді, коллаборацияларды басқаруды және коммуникация тиімділігін талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы influence-маркетинг науқандарын және блогерлермен өзара әрекеттесуді цифрлық ортада үйлестіреді.	**Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Управление клиентской лояльностью и Direct-маркетинг. Мониторинг социальных медиа и цифровая этнография. **Постреквизиты:** Корпоративное амбассадорство и управление исполнительской репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области influence-маркетинга и работы с блогерами. Содержание охватывает стратегическое планирование кампаний с инфлюенсерами, подбор и оценку блогеров, разработку креативных интеграций, управление коллаборациями и анализ эффективности коммуникаций. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует influence-маркетинг кампании и взаимодействие с блогерами в цифровой среде.	**Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Customer Loyalty Management and Direct Marketing. Social Media Monitoring and Digital Ethnography. **Post-requirements:** Corporate Ambassador Program and Executive Reputation Management. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in influence marketing and collaboration with bloggers. The content covers strategic planning of influencer campaigns, selection and evaluation of bloggers, development of creative integrations, management of collaborations, and analysis of communication effectiveness. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner coordinates influence marketing campaigns and collaboration with bloggers in the digital environment.
42	**Пәннің коды: (ТК)** SOTsSUR 3305-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Клиенттік лоялдықты басқару және Direct-маркетинг. Әлеуметтік медианы мониторингтеу және цифрлық этнография. **Постреквизиттер:** Желідегі беделді басқару және SERM. Корпоративтік амбассадорлық және аткарушы репутацияны басқару.	**Код дисциплины:(КВ)** SOTsSUR 3305-26 **Наименование дисциплины:** Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Управление клиентской лояльностью и Direct-маркетинг. Мониторинг социальных медиа и цифровая этнография. **Постреквизиты:** Управление репутацией в сети и SERM. Корпоративное амбассадорство и управление исполнительской репутацией.	**Discipline code:(EC)** SOTsSUR 3305-26 **Discipline name:** Digital Public Relations and Reputation Management **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Customer Loyalty Management and Direct Marketing. Social Media Monitoring and Digital Ethnography. **Post-requirements:** Online Reputation Management and SERM. Corporate Ambassador Program and Executive Reputation Management.

	Пәннің қысқаша сипаттамасы: Пән цифрлық қоғаммен байланыс және репутацияны басқару саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны цифрлық ортадағы коммуникация стратегияларын, онлайн-медиа және пікір көшбасшыларымен жұмыс жасауды, репутациялық тәуекелдерді басқаруды, бренд туралы айтылымдарды мониторингтеуді және аналитикалық құралдарды қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы Digital PR стратегияларын негіздейді және цифрлық ортада бренд репутациясын басқарады.	**Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области цифровых связей с общественностью и управления репутацией. Содержание охватывает стратегии коммуникаций в цифровой среде, работу с онлайн-СМИ и лидерами мнений, управление репутационными рисками, мониторинг упоминаний бренда и применение аналитических инструментов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся обосновывает Digital PR-стратегии и управляет репутацией бренда в цифровой среде.	**Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in digital public relations (Digital PR) and reputation management. The content covers communication strategies in digital environments, engagement with online media and opinion leaders, management of reputational risks, monitoring of brand mentions, and application of analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner justifies Digital PR strategies and manages brand reputation in the digital environment.
43	**Пәннің коды: (ТК)** MarTsSG 3306-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық іс-шараларды маркетингілеу және геймификация **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Маркетингтегі предиктивті модельдеу және AI-технологиялар. **Постреквизиттер:** Коммерциялық қызметтегі тәуекелдерді басқару және инвестициялық талдау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық іс-шаралар маркетингі және геймификация саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны онлайн-іс-шараларды жоспарлау мен ілгерілетуді, аудиторияны тартудың интерактивті форматтарын әзірлеуді, маркетингтік коммуникацияларда ойын	**Код дисциплины:(КВ)** MarTsSG 3306-26 **Наименование дисциплины:** Маркетинг цифровых событий и геймификация **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Предиктивное моделирование и AI-технологии в маркетинге. **Постреквизиты:** Управление рисками и инвестиционный анализ в коммерческой деятельности. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области маркетинга цифровых событий и геймификации. Содержание охватывает планирование и продвижение онлайн-мероприятий, разработку интерактивных форматов вовлечения аудитории, применение	**Discipline code:(EC)** MarTsSG 3306-26 **Discipline name:** Digital Event Marketing and Gamification **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Predictive Modeling and AI Technologies in Marketing. **Post-requirements:** Risk Management and Investment Analysis in Business Operations **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in digital event marketing and gamification. The content covers planning and promotion of online events, development of interactive audience engagement formats, application of game mechanics in marketing communications, and analysis of the effectiveness of digital activities.

	Пәннің атауы: Маркетингтегі генеративті жасанды интеллект (ChatGPT, Midjourney) **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Объектілерді басқарудағы жасанды интеллект (Minor). **Постреквизиттер:** Коммерциялық қызметтегі тәуекелдерді басқару және инвестициялық талдау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетингте генеративті жасанды интеллектті қолдану бойынша кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны ChatGPT және Midjourney құралдарын пайдалануды, мәтіндік және визуалды контент жасауды, маркетингтік міндеттерді автоматтандыруды, креативті шешімдер генерациялауды және цифрлық коммуникациялардағы ЖИ шешімдерінің тиімділігін бағалауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы генеративті жасанды интеллектті маркетингтік міндеттерді шешуге және цифрлық науқандардың тиімділігін арттыруға бейімделеді.	**Наименование дисциплины:** Генеративный ИИ в маркетинге (ChatGPT, Midjourney) **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Искусственный интеллект в управлении объектами (Minor). **Постреквизиты:** Управление рисками и инвестиционный анализ в коммерческой деятельности. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинге. Содержание охватывает использование инструментов ChatGPT и Midjourney, создание текстового и визуального контента, автоматизацию маркетинговых задач, генерацию креативных решений и оценку эффективности ИИ-решений в цифровых коммуникациях. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся адаптирует генеративный ИИ для решения маркетинговых задач и повышения эффективности цифровых кампаний.	**Discipline name:** Generative AI in Marketing (ChatGPT, Midjourney) **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Artificial Intelligence in the Management of Objects (Minor). **Post-requirements:** Risk Management and Investment Analysis in Business Operations. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the application of generative artificial intelligence in marketing. The content covers the use of ChatGPT and Midjourney tools, creation of text and visual content, automation of marketing tasks, generation of creative solutions, and evaluation of the effectiveness of AI-based solutions in digital communications. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner adapts generative artificial intelligence to solve marketing tasks and improve the effectiveness of digital campaigns.
46	**Пәннің коды: (ТК)** NCRIAIAI 3307-26 **Пәннің атауы:** Маркетингтегі No-Code әзірлеу және AI-агенттерді интеграциялау **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Маркетингті автоматтандыру және CRM-жүйелері. **Постреквизиттер:** Корпоративтік	**Код дисциплины: (КВ)** NCRIAIAI 3307-26 **Наименование дисциплины:** No-Code разработка и интеграция AI-агентов в маркетинге **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Автоматизация маркетинга и CRM-системы.	**Discipline code:(EC)** NCRIAIAI 3307-26 **Discipline name:** No-Code Development and AI Agents Integration in Marketing **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Marketing Automation and CRM Systems. **Post-requirements:** Corporate Ambassador

	амбассадорлық және атқарушы репутацияны басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетинг саласында no-code әзірлеу және AI-агенттерді интеграциялау бойынша кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны бағдарламалаусыз цифрлық шешімдер жасауды, автоматтандырылған маркетингтік процестерді баптауды, AI-агенттерді коммуникациялық және аналитикалық жүйелерге интеграциялауды, сондай-ақ бизнес-процестерді оңтайландыруды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы no-code құралдарын қолдануды негіздейді және AI-агенттерді маркетингтік процестерге интеграциялауды басқарады.	**Постреквизиты:** Корпоративное амбассадорство и управление исполнительской репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области no-code разработки и интеграции AI-агентов в маркетинге. Содержание охватывает создание цифровых решений без программирования, настройку автоматизированных маркетинговых процессов, интеграцию AI-агентов в коммуникационные и аналитические системы, а также оптимизацию бизнес-процессов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся обосновывает применение no-code инструментов и управляет интеграцией AI-агентов в маркетинговые процессы.	Program and Executive Reputation Management. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in no-code development and the integration of AI agents in marketing. The content covers the creation of digital solutions without programming, configuration of automated marketing processes, integration of AI agents into communication and analytical systems, and optimization of business processes. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner justifies the use of no-code tools and manages the integration of AI agents into marketing processes.
47	**Пәннің коды: (ТК)** TRiMB 3308-26 **Пәннің атауы:** Таргеттелген жарнама және Media Buying **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Performance-маркетинг және контекстік жарнама. **Постреквизиттер:** Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортада таргеттелген жарнама мен media buying саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны жарнамалық науқандарды стратегиялық жоспарлауды, цифрлық арналарда таргеттеуді	**Код дисциплины:(КВ)** TRiMB 3308-26 **Наименование дисциплины:** Таргетированная реклама и Media Buying **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Performance-маркетинг и контекстная реклама. **Постреквизиты:** Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области таргетированной рекламы и media buying. Содержание охватывает стратегическое планирование рекламных кампаний, настройку	**Discipline code:(EC)** TRiMB 3308-26 **Discipline name:** Targeted Advertising and Media Buying **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Performance Marketing and Contextual Advertising. **Post-requirements:** Marketing Budget and End-to-End Analytics. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in targeted advertising and media buying in digital environments. The content covers strategic planning of advertising campaigns, configuration of targeting in digital channels,

	баптауды, жарнамалық бюджеттерді басқаруды, медиаинвентарды сатып алуды және жарнамалық орналастырулардың тиімділігін талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық ортада таргеттелген жарнамалық науқандар мен медиа-сатып алуларды үйлестіреді.	таргетинга в цифровых каналах, управление рекламными бюджетами, закупку медийного инвентаря и анализ эффективности рекламных размещений. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует запуск и оптимизацию таргетированных рекламных кампаний и медиа-закупок в цифровой среде.	management of advertising budgets, purchase of media inventory, and analysis of advertising performance. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner coordinates the launch and optimization of targeted advertising campaigns and media buying activities in the digital environment.
48	**Пәннің коды: (ТК)** PVBMar 3308-26 **Пәннің атауы:** Видеоконтентті продюсерлеу және вирустық маркетинг **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Әлеуметтік медианы мониторингтеу және цифрлық этнография. **Постреквизиттер:** Желідегі беделді басқару және SERM. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән видеоконтентті продюсерлеу және вирустық маркетинг саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны видеоконтент тұжырымдамаларын әзірлеуді, цифрлық медиаформаттар өндірісін ұйымдастыруды, вирустық науқандарды құруды, әлеуметтік және цифрлық арналарда контенттің таралуын басқаруды, сондай-ақ аудиторияның тартылуын (белсенділігін) талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы цифрлық ортада видеоконтент құруды және вирустық маркетингтік науқандарды іске асыруды	**Код дисциплины: (КВ)** PVBMar 3308-26 **Наименование дисциплины:** Продюсирование видеоконтента и вирусный маркетинг **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Мониторинг социальных медиа и цифровая этнография. **Постреквизиты:** Управление репутацией в сети и SERM. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области продюсирования видеоконтента и вирусного маркетинга. Содержание охватывает разработку концепций видеоконтента, организацию производства цифровых медиаформатов, создание вирусных кампаний, управление распространением контента в социальных и цифровых каналах, а также анализ вовлеченности аудитории. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует создание видеоконтента и реализацию вирусных	**Discipline code: (EC)** PVBMar 3308-26 **Discipline name:** Video Content Producing and Viral Marketing **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Social Media Monitoring and Digital Ethnography. **Post-requirements:** Online Reputation Management and SERM. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of video content producing and viral marketing. The content covers the development of video content concepts, organization of digital media format production, creation of viral campaigns, content distribution management across social and digital channels, as well as audience engagement analysis. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner coordinates video content creation and the implementation of viral marketing campaigns in the digital environment.

	үйлестіреді.	маркетинговых кампаний в цифровой среде.	
49	**Пәннің коды: (ТК)** TsKMarKK 2301-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық контент-маркетинг және конверсиялық копирайтинг **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Influence-маркетинг және блогерлермен жұмыс. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық контент-маркетинг және конверсиялық копирайтинг саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны контент стратегияларын әзірлеуді, цифрлық арналарға арналған сату мәтіндерін жасауды, конверсия модельдерін қолдануды, аудитория мінез-құлқын талдауды және аналитикалық құралдарды пайдалануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы конверсияны арттыру мақсатында контенттік коммуникацияларды оңтайландырады.	**Код дисциплины: (КВ)** TsKMarKK 2301-26 **Наименование дисциплины:** Цифровой контент-маркетинг и конверсионный копирайтинг **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Influence-маркетинг и работа с блогерами. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области цифрового контент-маркетинга и конверсионного копирайтинга. Содержание охватывает разработку контент-стратегии, создание продающих текстов для цифровых каналов, применение моделей конверсии, анализ поведения аудитории и использование инструментов аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся оптимизирует контентные коммуникации для повышения конверсии цифровых маркетинговых каналов.	**Discipline code: (EC)** TsKMarKK 2301-26 **Discipline name:** Digital Content Marketing and Conversion-Focused Copywriting **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Influencer Marketing and Blogger Relations. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in digital content marketing and conversion copywriting. The content covers development of content strategies, creation of persuasive sales copy for digital channels, application of conversion models, analysis of audience behavior, and use of analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner optimizes content communications to increase conversion across digital marketing channels.
50	**Пәннің коды: (ТК)** UX/UIDPL 2301-26 **Пәннің атауы:** UX/UI дизайн және лендингтерді жобалау **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Видеоконтентті продюсерлеу және вирустық маркетинг. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән UX/UI	**Код дисциплины: (КВ)** UX/UIDPL 2301-26 **Наименование дисциплины:** UX/UI-дизайн и проектирование лендингов **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Продюсирование видеоконтента и вирусный маркетинг. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина	**Discipline code: (EC)** UX/UIDPL 2301-26 **Discipline name:** UX/UI Design and Landing Page Design **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Video Content Producing and Viral Marketing. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is

	дизайн және лендингтік беттерді жобалау саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны пайдаланушы тәжірибесі мен интерфейс дизайнының принциптерін, лендинг құрылымын жобалауды, прототиптер жасауды, пайдаланушы сценарийлерін тестілеуді және веб-дизайн құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы конверсияны арттыруға бағытталған лендингтер үшін UX/UI шешімдерін жасайды.	направлена на формирование профессиональных компетенций в области UX/UI дизайна и проектирования лендинговых страниц. Содержание охватывает принципы пользовательского опыта и интерфейсного дизайна, проектирование структуры лендингов, создание прототипов, тестирование пользовательских сценариев и применение инструментов веб-дизайна. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся создает UX/UI-решения для лендингов, ориентированные на повышение конверсии цифровых продуктов.	aimed at developing professional competencies in UX/UI design and landing page development. The content covers principles of user experience and interface design, structuring landing pages, creating prototypes, testing user scenarios, and applying web design tools. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner creates UX/UI solutions for landing pages aimed at increasing digital product conversion.
51	**Пәннің коды: (ТК)** PMarIT 3309-26 **Пәннің атауы:** Ақпараттық технологиялардағы өнімдік маркетинг **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Цифрлық іс-шараларды маркетингілеу және геймификация. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** IT-ортадағы өнімдік маркетинг және цифрлық өнімдерді басқару саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны пайдаланушылардың қажеттіліктерін талдауды, өнімдік гипотезаларды әзірлеуді, цифрлық өнімдерді позициялауды, өнімнің өмірлік циклін басқаруды және талдау құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы деректер мен	**Код дисциплины: (КВ)** PMarIT 3309-26 **Наименование дисциплины:** Продуктовый маркетинг в информационных технологиях **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Маркетинг цифровых событий и геймификация. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области продуктового маркетинга и управления цифровыми продуктами в IT-среде. Содержание охватывает анализ потребностей пользователей, разработку продуктовых гипотез, позиционирование цифровых продуктов, управление жизненным циклом продукта и применение аналитических инструментов. **Результаты обучения дисциплины:** в	**Discipline code: (EC)** PMarIT 3309-26 **Discipline name:** Product Marketing in IT **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Digital Event Marketing and Gamification. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in product marketing and digital product management within the IT environment. The content covers user needs analysis, development of product hypotheses, digital product positioning, product lifecycle management, and the application of analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner justifies product decisions and coordinates the development of digital products based on data

	механикаларын қолдануды және цифрлық белсенділіктің тиімділігін талдауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық іс-шараларды өткізуді және маркетингтік стратегияларға геймификацияны енгізуді үйлестіреді.	игровых механик в маркетинговых коммуникациях и анализ эффективности digital-активностей. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует проведение цифровых событий и внедрение геймификации в маркетинговые стратегии.	**Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner coordinates the execution of digital events and the implementation of gamification in marketing strategies.
44	**Пәннің коды: (ТК)** UBTsS 3306-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық ортада брендті басқару **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Академиялық кредиттер көлемі:** 6 **Пререквизиттер:** Клиенттік лоялдықты басқару және Direct-маркетинг. **Постреквизиттер:** Желідегі беделді басқару және SERM. Корпоративтік амбассадорлық және атқарушы репутацияны басқару. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортада брендті басқару саласында кәсіби құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны брендті позициялау стратегияларын, цифрлық арналардағы брендтік бірегейлікті басқаруды, бренд-коммуникацияларды әзірлеуді, аудитория қабылдауын талдауды және цифрлық аналитика құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы цифрлық ортада брендті дамытуды және оның коммуникациялық стратегиясын басқарады.	**Код дисциплины:(КВ)** UBTsS 3306-26 **Наименование дисциплины:** Управление брендом в цифровой среде **Курс** – 3; **семестр** - 5 **Количество академических кредитов:** 6 **Пререквизиты:** Управление клиентской лояльностью и Direct-маркетинг. **Постреквизиты:** Управление репутацией в сети и SERM. Корпоративное амбассадорство и управление исполнительской репутацией. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области управления брендом в цифровой среде. Содержание охватывает стратегии позиционирования бренда, управление его идентичностью в цифровых каналах, разработку бренд-коммуникаций, анализ восприятия аудитории и применение инструментов цифровой аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся управляет развитием бренда в цифровой среде и его коммуникационной стратегией.	**Discipline code:(EC)** UBTsS 3306-26 **Discipline name:** Brand Management in the Digital Environment **Course** –3, **semester** - 5 **Number of academic credits:** 6 **Prerequisites:** Customer Loyalty Management and Direct Marketing. **Post-requirements:** Online Reputation Management and SERM. Corporate Ambassador Program and Executive Reputation Management **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in digital brand management (Digital Branding). The content covers brand positioning strategies, management of brand identity across digital channels, development of brand communications, analysis of audience perception, and application of digital analytics tools. **Learning outcome of the discipline:** upon completion of the course, the learner manages brand development in the digital environment and its communication strategy.
45	**Пәннің коды: (ТК)** GIIMar 3307-26	**Код дисциплины:(КВ)** GIIMar 3307-26	**Discipline code:(EC)** GIIMar 3307-26

	пайдаланушылық инсайттар негізінде өнімдік шешімдерді негіздейді және цифрлық өнімдердің дамуын үйлестіреді.	результате освоения дисциплины обучающийся обосновывает продуктовые решения и координирует развитие цифровых продуктов на основе данных и пользовательских инсайтов.	and user insights.
52	**Пәннің коды: (ТК)** SDUKO 3309-26 **Пәннің атауы:** Сервистік дизайн және тұтынушылық тәжірибені басқару **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән сервистік дизайн және клиенттік тәжірибені басқару (CX) саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны клиенттік саяхаттарды (путешествия) жобалауды, сервистік процестерді модельдеуді, тұтынушымен байланыс нүктелерін талдауды, клиенттердің қанағаттанушылығын арттыруға арналған шешімдерді әзірлеуді және пайдаланушы тәжірибесін зерттеу құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы цифрлық ортада клиенттік тәжірибені жобалайды және сервистік процестерді оңтайландырады.	**Код дисциплины: (КВ)** SDUKO 3309-26 **Наименование дисциплины:** Сервисный дизайн и управление клиентским опытом **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенции в области сервисного дизайна и управления клиентским опытом (CX). Содержание охватывает проектирование клиентских путешествий, моделирование сервисных процессов, анализ точек контакта с потребителем, разработку решений для повышения удовлетворенности клиентов и применение инструментов исследования пользовательского опыта. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся проектирует клиентский опыт и оптимизирует сервисные процессы в цифровой среде.	**Discipline code: (EC)** SDUKO 3309-26 **Discipline name:** Service Design and Customer Experience Management **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Digital Public Relations and Reputation Management. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of service design and customer experience (CX) management. The content covers customer journey mapping, modeling of service processes, analysis of customer touchpoints, developing solutions to increase customer satisfaction, and the application of user experience research tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner designs customer experience and optimizes service processes in the digital environment.
53	**Пәннің коды: (ТК)** MarBSA 3310-26 **Пәннің атауы:** Маркетингтік бюджет және кешенді аналитика **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5	**Код дисциплины: (КВ)** MarBSA 3310-26 **Наименование дисциплины:** Маркетинговый бюджет и сквозная аналитика **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5	**Discipline code: (EC)** MarBSA 3310-26 **Discipline name:** Marketing Budget and End-to-End Analytics **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5

	Пререквизиттер: Технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар негіздері. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән маркетингтік бюджетті басқару және кешенді аналитика саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны маркетингтік бюджеттерді жоспарлау мен бөлуді, тиімділіктің негізгі көрсеткіштерін (ROI, LTV, CAC) есептеуді, маркетингтік арналардың рентабелділігін талдауды және кешенді аналитика құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы деректер негізінде маркетингтік инвестициялардың тиімділігін негіздейді және маркетингтік бюджеттің бөлінуін басқарады.	**Пререквизиты:** Основы технологического предпринимательства и стартапов. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области управления маркетинговым бюджетом и сквозной аналитики. Содержание охватывает планирование и распределение маркетинговых бюджетов, расчет ключевых показателей эффективности (ROI, LTV, CAC), анализ рентабельности маркетинговых каналов и применение инструментов сквозной аналитики. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся обосновывает эффективность маркетинговых инвестиций на основе данных и управляет распределением маркетингового бюджета.	**Prerequisites:** Fundamentals of Technology Entrepreneurship and Startups. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of marketing budget management and end-to-end analytics. The content covers marketing budget planning and allocation, calculation of key performance indicators (ROI, LTV, CAC), profitability analysis of marketing channels, and the application of end-to-end analytics tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner justifies the effectiveness of marketing investments based on data and manages the marketing budget allocation.
54	**Пәннің коды: (ТК)** URIAKD 3310-26 **Пәннің атауы:** Коммерциялық қызметтегі тәуекелдерді басқару және инвестициялық талдау **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Технологиялық кәсіпкерлік және стартаптар негіздері. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән коммерциялық қызметтегі тәуекелдерді басқару және инвестициялық талдау саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны	**Код дисциплины: (КВ)** URIAKD 3310-26 **Наименование дисциплины:** Управление рисками и инвестиционный анализ в коммерческой деятельности **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Основы технологического предпринимательства и стартапов. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области управления рисками и инвестиционного анализа в коммерческой деятельности.	**Discipline code: (EC)** URIAKD 3310-26 **Discipline name:** Risk Management and Investment Analysis in Business Operations **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Fundamentals of Technology Entrepreneurship and Startups. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of risk management and investment analysis in commercial activities. The content covers the identification and assessment of commercial risks, analysis of investment

	коммерциялық тәуекелдерді сәйкестендіру мен бағалауды, инвестициялық жобаларды талдауды, қаржылық модельдеу әдістерін қолдануды, инвестициялардың кірістілігі мен тиімділігін бағалауды, сондай-ақ тәуекелдерді азайту жөніндегі шешімдерді әзірлеуді қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы инвестициялық жобаларды бағалайды және тәуекелдер мен қаржылық көрсеткіштерді талдау негізінде басқарушылық шешімдерді негіздейді.	Содержание охватывает идентификацию и оценку коммерческих рисков, анализ инвестиционных проектов, применение методов финансового моделирования, оценку доходности и эффективности инвестиций, а также разработку решений по снижению рисков. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся оценивает инвестиционные проекты и обосновывает управленческие решения на основе анализа рисков и финансовых показателей.	projects, application of financial modeling methods, evaluation of investment return and efficiency, as well as the development of risk mitigation solutions. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner evaluates investment projects and justifies managerial decisions based on the analysis of risks and financial indicators.
55	**Пәннің коды: (ТК)** URSSERM 3311-26 **Пәннің атауы:** Желідегі беделді басқару және SERM **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән желідегі репутацияны басқару және SERM саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны цифрлық репутация мониторингін, ізлеу нәтижелерін басқаруды (Search Engine Reputation Management), пікірлермен және сілтемелермен (айтылымдармен) жұмысты, дағдарысқа қарсы коммуникацияларды және талдау құралдарын қолдануды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы брендтің онлайн-репутациясын басқару процестерін	**Код дисциплины: (КВ)** URSSERM 3311-26 **Наименование дисциплины:** Управление репутацией в сети и SERM **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области управления репутацией в сети и SERM. Содержание охватывает мониторинг цифровой репутации, управление поисковой выдачей (Search Engine Reputation Management), работу с отзывами и упоминаниями, антикризисные коммуникации и применение аналитических инструментов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует процессы	**Discipline code: (EC)** URSSERM 3311-26 **Discipline name:** Online Reputation Management and SERM **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Digital Public Relations and Reputation Management. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in online reputation management and SERM. The content covers digital reputation monitoring, Search Engine Reputation Management (SERM), handling reviews and mentions, crisis communications, and the application of analytical tools. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner coordinates the processes of brand online reputation management and minimizes reputational risks in the digital environment.

	үйлестіреді және цифрлық ортадағы репутациялық тәуекелдерді азайтады.	управления онлайн-репутацией бренда и минимизирует репутационные риски в цифровой среде.	
56	**Пәннің коды: (ТК)** KAUIR 3311-26 **Пәннің атауы:** Корпоративтік амбассадорлық және атқарушы репутацияны басқару **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Цифрлық кеңістіктегі қоғамдық байланыс және беделді басқару. **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән корпоративтік амбассадорлық және атқарушылық репутацияны басқару (Executive PR) саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны корпоративтік амбассадорларды дамыту стратегияларын, топ-менеджерлердің жеке брендін қалыптастыруды, басшылардың жария коммуникацияларын басқаруды, сондай-ақ дербес репутацияның компания брендіне әсерін бағалауды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы корпоративтік амбассадорлық бағдарламаларын үйлестіреді және цифрлық ортада атқарушылық репутацияны басқарады.	**Код дисциплины: (КВ)** KAUIR 3311-26 **Наименование дисциплины:** Корпоративное амбассадорство и управление исполнительской репутацией **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Связи с общественностью в цифровой среде и управление репутацией. **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области корпоративного амбассадорства и управления исполнительской репутацией (Executive PR). Содержание охватывает стратегии развития корпоративных амбассадоров, формирование личного бренда топ-менеджеров, управление публичными коммуникациями руководителей, а также оценку влияния персональной репутации на бренд компании. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся координирует программы корпоративного амбассадорства и управляет исполнительской репутацией в цифровой среде.	**Discipline code: (EC)** KAUIR 3311-26 **Discipline name:** Corporate Ambassador Program and Executive Reputation Management **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Digital Public Relations and Reputation Management. **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of corporate ambassadorship and executive reputation management (Executive PR). The content covers development strategies for corporate ambassadors, personal branding for top managers, executive public communications management, as well as evaluating the impact of personal reputation on the corporate brand. **Learning outcome of the discipline:** as a result of mastering the discipline, the learner coordinates corporate ambassadorship programs and manages executive reputation in the digital environment.
57	**Пәннің коды: (ТК)** UAKTsS 3312-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық саладағы құқықтық аспектілер және киберқауіпсіздік **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5	**Код дисциплины: (КВ)** UAKTsS 3312-26 **Наименование дисциплины:** Юридические аспекты и кибербезопасность в цифровой сфере **Курс** – 3; **семестр** – 6	**Discipline code: (EC)** UAKTsS 3312-26 **Discipline name:** Legal Issues and Cybersecurity in the Digital Realm **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5

	Пререквизиттер: Экономика, кәсіпкерлік, құқық және қаржылық сауаттылық модулі (экономика және кәсіпкерліктің негіздері, құқық негіздері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет, қаржылық сауаттылық негіздері). **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортадағы құқықтық реттеу және киберқауіпсіздік саласындағы кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны digital-қызметтің нормативтік-құқықтық негіздерін, дербес деректерді қорғауды, зияткерлік меншікті, онлайн-коммуникацияларды реттеуді, сондай-ақ киберқауіпсіздіктің базалық принциптері мен цифрлық тәуекелдерді басқаруды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы цифрлық маркетингтік шешімдердің заңдылығын негіздейді және кәсіби қызметте киберқауіпсіздік талаптарының сақталуын үйлестіреді.	**Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Модуль экономики, предпринимательства, права и финансовой грамотности (основы экономики и предпринимательства, основы права и антикоррупционная культура, основы финансовой грамотности). **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций в области правового регулирования и кибербезопасности в цифровой среде. Содержание охватывает нормативно-правовые основы digital-деятельности, защиту персональных данных, интеллектуальную собственность, регулирование онлайн-коммуникаций, а также базовые принципы кибербезопасности и управления цифровыми рисками. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся обосновывает правомерность цифровых маркетинговых решений и координирует соблюдение требований кибербезопасности в профессиональной деятельности.	**Prerequisites:** Module of Economics, Entrepreneurship, Law and Financial Literacy (Fundamentals of Economics and Entrepreneurship, Fundamentals of Law and Anti-Corruption Culture, Fundamentals of Financial Literacy). **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course is aimed at developing professional competencies in the field of legal regulation and cybersecurity in the digital environment. The content covers the regulatory framework of digital activities, personal data protection, intellectual property, regulation of online communications, as well as the fundamental principles of cybersecurity and digital risk management. **Learning outcome of the discipline:** As a result of mastering the discipline, the learner justifies the legality of digital marketing decisions and coordinates compliance with cybersecurity requirements in professional activities.
58	**Пәннің коды: (ТК)** PSTsBEC 3312-26 **Пәннің атауы:** Цифрлық бизнесті құқықтық сүйемелдеу және электрондық коммерция **Курс** – 3; **семестр** - 6 **Академиялық кредиттер көлемі:** 5 **Пререквизиттер:** Экономика, кәсіпкерлік, құқық және қаржылық сауаттылық модулі (экономика және кәсіпкерліктің негіздері,	**Код дисциплины: (КВ)** PSTsBEC 3312-26 **Наименование дисциплины:** Правовое сопровождение цифрового бизнеса и электронная коммерция **Курс** – 3; **семестр** – 6 **Количество академических кредитов:** 5 **Пререквизиты:** Модуль экономики, предпринимательства, права и финансовой	**Discipline code: (EC)** PSTsBEC 3312-26 **Discipline name:** Legal Support for Digital Business and E-Commerce **Course** –3, **semester** – 6 **Number of academic credits:** 5 **Prerequisites:** Module of Economics, Entrepreneurship, Law and Financial Literacy (Fundamentals of Economics and

	құқық негіздері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет, қаржылық сауаттылық негіздері). **Постреквизиттер:** Қорытынды аттестаттау. **Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Пән цифрлық ортадағы коммерциялық қызметті құқықтық сүйемелдеу саласындағы құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Мазмұны электрондық коммерцияны құқықтық реттеуді, электрондық мәмілелерді рәсімдеуді, маркетплейстер жұмысын, желіде тұтынушылар құқықтарын қорғауды және цифрлық өнімдерді салық салуды қамтиды. **Пәннің оқу нәтижелері:** пәнді игеру нәтижесінде білім алушы шарттық схемаларды әзірлейді және цифрлық бизнестің операциялық қызметінің заңдылығын негіздейді.	грамотности (основы экономики и предпринимательства, основы права и антикоррупционная культура, основы финансовой грамотности). **Постреквизиты:** Итоговая аттестация. **Краткое описание дисциплины:** Дисциплина направлена на формирование компетенций в сфере юридического сопровождения коммерческой деятельности в цифровой среде. Содержание охватывает правовое регулирование электронной коммерции, оформление электронных сделок, работу маркетплейсов, защиту прав потребителей в сети и налогообложение цифровых продуктов. **Результаты обучения дисциплины:** в результате освоения дисциплины обучающийся разрабатывает договорные схемы и обосновывает правомерность операционной деятельности цифрового бизнеса.	Entrepreneurship, Fundamentals of Law and Anti-Corruption Culture, Fundamentals of Financial Literacy). **Post-requirements:** Final certification. **Brief description of the course:** The course aims to develop competencies in legal support for commercial activities within the digital environment. The content covers e-commerce legal regulation, electronic transactions, marketplace operations, online consumer protection, and digital product taxation. **Learning outcome of the discipline:** Upon completion, students design contractual frameworks and substantiate the legal compliance of digital business operations.

ӘЗІРЛЕНДІ/ РАЗРАБОТАНО/ DEVELOPED
Кафедра меңгерушісі/ Заведующий кафедрой/ Head of Department
_____ Н.Е. Абдильдинова

МАҚҰЛДАНДЫ/ ОДОБРЕНО/ CONFIRMED
Факультеттің АСЖК төрағасы/ Председатель КАК факультета/ Chairman of the Faculty AQC
_____ М.К. Макыш

КЕЛІСІЛДІ/ СОГЛАСОВАНО/ AGREED
БББ басшысы/ Руководитель УОП/ Head of the EPD
_____ Б.М. Баядилова
ӘБ басшысы/ Руководитель МО/ Head of the MD
_____ Ж.Н. Саду