

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНАЯ АКАДЕМИЯ
ИМ. Л.Б.ГОНЧАРОВА
ФАКУЛЬТЕТ «АВТОДОРОЖНЫЙ»

Утверждена
На Ученом совете КазАДИ

Протокол № _____ от « _____ » _____ 2018 г.

Председатель _____ Кабашев Р.А.

Модульная образовательная программа

Наименование: «Маркетинг»

Уровень подготовки: бакалавриат

Специальность: 5В051100 - «Маркетинг»

Алматы, 2018

Разработчики образовательной программы:

1. Калгулова Р.Ж. к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Экономика» Казахской автомобильно-дорожной академии.
2. Боброва В. Н. ст. преп. кафедры «Экономика» Казахской автомобильно-дорожной академии.
3. Компания ТОО «Асфальтобетон-1», работодатель – Генеральный директор Исламов В.А.

Рецензент:

Зам. директора Центра повышения квалификации АО «КазНИИСА»
к.э.н., доцент Халелова Г. Б.

Образовательная программа обсуждена на заседании кафедры «Экономика» и рекомендована к утверждению.

Протокол № от «___» _____ 2018 г.

Образовательная программа рассмотрена на заседании Учебно-методического совета КазАДИ и рекомендована к утверждению.

Протокол № от «___» _____ 2018 г.

Образовательная программа составлена на примере образовательной учебной программы Сибирского Автомобильно-дорожного института им. В.В. Куйбышева (СИБАДИ) и согласовано с представителями потенциальных работодателей ТОО «Асфальтобетон-1».

Содержание

1.	Нормативные ссылки	4
2.	Паспорт образовательной программы	4
3.	Содержание образовательной программы.....	7
4.	Спецификация образовательной программы.....	7
5.	Каталог дисциплин / Карта компетенций.....	8
6.	Знания и умения выпускника образовательной программы.....	9
7.	Результаты обучения (компетенции) образовательной программы.....	10
8.	Требования к уровню образованности выпускников.....	11

1. Нормативные ссылки

1. Закон РК «Об образовании» №319-III от 27 июля 2007г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 19.05.2015г.);
2. Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, утвержденные приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 20 апреля 2011 года №152 (с изменениями и дополнениями приказ МОН РК от 2 июня 2014 года № 198);
3. Государственный общеобязательный стандарт послевузовского образования, утвержденный постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 августа 2012 года № 1080;
4. Типового учебного плана специальности 5В051100 «Маркетинг» утвержденного Приказом Министра МОН РК № 343 от 16.08.2013 г с изменениями и дополнениями №425 от 05.07.2016, приложение 79.

2. Паспорт образовательной программы

3. Образовательная программа специальности 5В051100 «Маркетинг» реализуется на основе лицензии гос. АБ № 0142694, выданной Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан от «11» августа 2011 г.

1. Цели образовательной программы

1. Формирование способной к самосовершенствованию и профессиональному росту личности с разносторонними гуманитарными и естественнонаучными знаниями и интересами.
2. Формирование способности критически переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, осознания социальной значимости своей будущей профессии, обладания высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.
3. Формирование способности находить компромисс между различными требованиями (стоимости, качества, безопасности и сроков исполнения) при долгосрочном и краткосрочном планировании и принимать оптимальные решения в области услуг.
4. Формирование способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.
5. Формирование готовности выпускников владеть современными информационными технологиями, включая методы получения, обработки и хранения научной информации, уметь формулировать и решать современные научные и практические проблемы.
6. Содействие формированию готовности выпускников планировать и вести научно-исследовательскую и экспериментально-исследовательскую деятельность, преподавать в учебных заведениях, успешно осуществлять исследовательскую и управленческую деятельность.

2. Задача образовательной программы - подготовка высококвалифицированных компетентных специалистов для автомобильно-дорожного и транспортного сектора экономики Республики Казахстан, способных быстро адаптироваться к быстро изменяющимся социально-экономическим условиям.

3. Перечень квалификаций и должностей - Выпускнику бакалавриата по специальности 5В051100 – Маркетинг присуждается академическая степень бакалавра маркетинга.

Квалификация и должности определяются в соответствии с «Квалификационным справочником должностей, руководителей, специалистов и других служащих»,

утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты от 22.11.2002 г., № 273-П. Должности - менеджер по маркетингу; менеджер по рекламе; менеджер по сбыту; менеджер по связям с общественностью; менеджер по торговле; бренд-менеджер; менеджер по логистике; эксперт-менеджер; менеджер по качеству; менеджер-товаровед.

4 Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы 050511 – Маркетинг

4.1 Сфера профессиональной деятельности

Выпускники по данной специальности могут выполнять различные функции при осуществлении управленческой, предпринимательской, коммерческой и научно-исследовательской деятельности хозяйствующих субъектов. При реализации производственно-сбытовой и научно-технической деятельности бакалавры изучают маркетинговые возможности и среду хозяйствующих субъектов, проводят маркетинговые исследования, отбирают целевой сегмент, прогнозируют спрос потребителей и позиционируют товары для выбранного сегмента, разрабатывают политику в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями, направленную на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли, разрабатывают стратегические и текущие планы маркетинга и контролируют их выполнение.

4.2 Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются рынки (товарные, фондовые, информационные; капитала, труда и др.), маркетинговые возможности хозяйствующих субъектов, маркетинговые исследования, потребители, поставщики, посредники, контактные аудитории, конкуренты, товары производственного и потребительского назначения, услуги, элементы продвижения (реклама, связи с общественностью, личные контакты, стимулирование сбыта); государственные учреждения, предприятия услуг (гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионные бюро), производственные и посреднические предприятия, международные торговые палаты, торговые дома, транспорт и коммуникации, складское хозяйство, политические образования, общественные организации, индивидуумы и социумы.

4.3 Предмет профессиональной деятельности

Бакалавры данного профиля должны уметь проводить маркетинговые исследования по различным направлениям (исследование рынка, товаров/услуг, потребителей, посредников, конкурентов, маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга) для последующего принятия стратегических решений хозяйствующими субъектами в области сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования (перепозиционирования) товаров/услуг хозяйствующих субъектов, разработки корпоративных и инструментальных стратегий. Реализация таких маркетинговых мероприятий требует от бакалавра владения принципами и методами управленческой деятельности, предприимчивости и деловой активности, умения принимать эффективные маркетинговые

решения на основе высокой профессиональной компетенции в области экономики, менеджмента, финансов, кредитования, учета и аудита, эконометрики.

4.4 Виды профессиональной деятельности.

Бакалавры специальности 5В051100 «Маркетинг» могут выполнять следующие виды профессиональной деятельности:

– организационно-управленческая деятельность предполагает создание эффективной системы управления маркетинговой деятельностью любого хозяйствующего субъекта на основе применения принципов и технологий, научно-методологической и организационно-технологической базы маркетинг-менеджмента;

– производственно-технологическая деятельность осуществляется в виде совместной работы бакалавра маркетинга со специалистами отделов управления человеческими ресурсами, снабжения, производства и финансов для эффективного осуществления материально-технического снабжения, производственной, инновационной и сбытовой деятельности с целью обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта на рынке. В частности, такая деятельность направлена на изучение и прогнозирование основных показателей конъюнктуры рынка товаров и услуг (расчет емкости и доли рынка, коэффициентов эластичности спроса/предложения и др.);

– сервисно-эксплуатационная деятельность бакалавра по маркетингу предполагает разработку сервисной политики хозяйствующего субъекта в области оказания основных и дополнительных услуг; расчет издержек обращения и эффективности сервиса; продвижения услуг, обеспечения качества услуг (экономичности, доступности, надежности, безопасности, эргономичности, эстетичности и др.). Сервисно-эксплуатационная работа бакалавра тесно связана с маркетинговой деятельностью хозяйствующих субъектов по разработке информационной и обратной связи с потребителями, разработкой стратегии и тактики сервиса, сопровождающего реализацию товаров и услуг;

– расчетно-проектная деятельность включает выбор организационной структуры отдела/департамента маркетинга, разработку бюджета маркетинга и бизнес-плана, осуществление расчетов по оптимизации товарного ассортимента, системы распределения, товародвижения и продвижения; оценку эффективности маркетинговых мероприятий, разработку экономически обоснованных решений по ведению производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта;

– экспериментально-исследовательская деятельность бакалавров включает разработку инновационной политики посредством организации и проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и маркетинговых исследований. Экспериментально-исследовательская деятельность может проводиться в различных организационных формах: самостоятельно или совместно с внешними объектами (в рамках исследовательских программ высших учебных заведений, международных программ научного сотрудничества, исследовательскими организациями и другими хозяйствующими субъектами).

– образовательная (педагогическая) деятельность по данной специальности связана с функциями преподавания дисциплин по маркетингу в общеобразовательных и средних профессиональных учебных заведениях, а также на курсах повышения квалификации и переподготовки кадров. Слушателями обучающих курсов и семинаров могут быть школьники, учащиеся, специалисты другого профиля подготовки, менеджеры низшего и среднего звена хозяйствующих субъектов, а также широкая публика. Бакалавры могут выполнять учебную работу в качестве ассистента, содержание наполнение методических материалов должно соответствовать для указанного выше уровня преподавания.

Выпускники специальности 5В051100 – Маркетинг могут работать на следующих должностях:

- Менеджер
- Маркетолог
- Специалист по продвижению рекламных продуктов

– Специалист по оказанию маркетинговых услуг

4.5 Функции профессиональной деятельности:

- разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности всех подразделений, в том числе: планированию, прогнозированию, управлению затратами и материально-техническим снабжением, логистикой, сбытом;
- осуществление маркетинговых исследований и сегментации рынка;
- участие в разработке стратегии и тактики сервиса, бюджета маркетинга и бизнес – плана предприятия;
- организация, планирование и координация деятельности по управлению предприятием и формирование рыночной стратегии фирмы;
- осуществление маркетингового анализа и контроля;
- управление и контроль над деятельностью предприятий в целом.

4.6 Направления профессиональной деятельности:

- изучение конъюнктуры и прогнозирование рынка;
- исследование маркетинговой среды хозяйствующих субъектов;
- проведение маркетинговых исследований;
- осуществление маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов;
- организация оптовой и розничной торговли;
- проведение коммерческой деятельности;
- управление торговыми марками и товарными знаками;
- организация логистики;
- проведение коммуникационной политики (организация связей с общественностью; рекламной деятельности; личных контактов; стимулирования сбыта);
- осуществление экспертизы товаров и услуг;
- разработка предложений по внедрению системы качества по обеспечению, управлению и улучшению.

Образовательная программа «Маркетинг» имеет две траектории обучения: 1) Маркетинг в отраслях; 2) Маркетинг в автотранспортной и строительной отрасли.

4.7 Возможность продолжения образования

Выпускники, успешно освоившие образовательные программы бакалавриата, подготовлены к обучению в магистратуре специальности «6М051100 – Маркетинг».

3. Содержание образовательной программы

При реализации образовательной программы специальности 5В051100 – Маркетинг применяется кредитно-модульная технология обучения, на основе введения кредитного и компетентностного подходов к планированию и организации учебного процесса, ориентированные на результаты обучения и ECTS в соответствии с Национальной рамкой квалификации (профессиональных стандартов) и образовательными программами зарубежных вузов.

Образовательная программа специальности «5В051100 – Маркетинг», содержит:

- 1) теоретическое обучение, включающее изучение циклов базовых и профилирующих дисциплин;
- 2) дополнительные виды обучения - различные виды профессиональных практик, выполнение дипломной работы и др.;
- 3) промежуточные и итоговые аттестации.

4. Спецификация образовательной программы 5В051100 «Маркетинг»

Спецификация образовательной программы представляет детализированное содержание программы и план её освоения. Спецификация образовательной программы

были составлены преподавателями кафедры и работодателями. Были созданы рабочая группа по аудиту, в составе ППС кафедры и работодатели

Спецификация разработана на основе аудита, который включал следующие этапы.

В 2018 году по образовательной программе «Маркетинг» были проведены сравнительный анализ учебных планов ведущих вузов России (Московский государственный Университет им. М. В. Ломоносова (г. Москва), Российский экономический Университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва), Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва), Российский Университет дружбы народов (г. Москва), Ташкентский автомобильно-дорожный институт – (г. Ташкент), американских университетов (Университет в Хьюстоне, Университет Адельфи, Сасквеханский Университет) и европейских университетов (Карлов Университет(в Праге), Чешский технический Университет в Праге, Технический университет в Либереце, Американский Университет в Риме, Оксфордский Университет. Эталонное тестирование и изучение потребностей работодателей позволили определить приоритетные, наиболее востребованных на рынке труда направления подготовки обучающихся в бакалавриате по специальности «Маркетинг».

На этой основе были пересмотрены структура учебных планов, КЭДов, содержание УМКД и внедрены новые дисциплины, отвечающие современным требованиям работодателей, например «Маркетинг услуг в автодорожной отрасли», «Транспортный маркетинг», «Маркетинг в строительстве», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

Планируется включить в перспективные модульные образовательные программы на 2019 – 2020 учебный год, связанные с отраслевой особенностью новые дисциплины.

1. Усиливается практическая направленность обучения, в том числе путем приглашения специалистов-практиков для чтения гостевых лекций, проведения мастер-классов, а также обеспечения баз различных видов практик.

2. В целях углубления компетенций, расширения профессиональных знаний и навыков в рамках образовательной программы «Маркетинг» ежегодно проводится РСПО и конкурса научных проектов бакалавров.

5. Каталог дисциплин / Карта компетенций

Академия определяет, что в целом каждая образовательная программа формирует компетенции 5-ти групп, модули образовательной программы могут включать компетенции как одной, так и разных групп компетенций. Перечень групп и результаты приобретенных компетенций приведены ниже:

1. Общая образованность, наличие широкого кругозора, эмоциональный интеллект. Данная группа компетенций формирует базовые знания в области естественнонаучных дисциплин, способствующих формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления (социальные, гуманитарные, экономические); навыки продвинутого использования информационных технологий; интеллектуальные навыки, а именно навыки приобретения новых знаний, навыки саморазвития.

2. Социально-этические отношения. Данная группа компетенций формирует знание и применение социально-этических ценностей, норм деловой этики, правовых норм поведения и принятия решений, коммуникативные навыки; ориентацию на них в своей профессиональной деятельности, навыки построения модели поведения в условиях неопределенности.

3. Экономические и организационно-управленческие компетенции. Владение основами экономических знаний, понимание и применение принципов менеджмента, маркетинга, финансовых процессов и т.п.; работы с людьми и работы в команде; понимание целей и методов государственного регулирования экономики, роль государственного сектора в экономике.

4. Готовность к смене социальных, экономических, профессиональных ролей, мобильности. Результатом приобретенной компетенции является умение ориентироваться в современных информационных потоках и адаптироваться к динамично меняющимся явлениям и процессам в мире; умение генерировать новые идеи, владение способностью переключаться, обдумывать несколько вещей одновременно, умение менять мышление и пересматривать установки в условиях новой ситуации; быть гибким и мобильным в различных условиях и ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью; владение навыками принятия решений экономического и организационного характера в условиях неопределенности и риска, умение принимать нестандартные обоснованные решения.

5. Профессиональные компетенции. Результаты данной компетенции разрабатываются по каждой образовательной программе на основе профессиональных стандартов с учетом требований работодателей и запросов общества. По каждой образовательной программе формируется перечень необходимых базовых знаний для профессиональной деятельности; набор необходимых профессиональных навыков и умений с точки зрения профессиональных стандартов.

6. Знания и умения выпускника образовательной программы

Основное направление обучения заключается в более углубленной подготовке специалиста в области организации и управления производством, региональной экономики и контроллинга, интеграционных процессов в экономике, управления качеством и международной стандартизации, государственно-частного партнерства и конкурентной политики. В области воспитания общими целями образовательной программы является формирование у студентов социально-личностных качеств: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, повышение их общей культуры, толерантности.

Выпускник данной образовательной программы по специальности 5В051100 «Маркетинг» должен:

1) иметь представление:

- о научных философских, религиозных картинах мира, многообразии форм человеческого знания, соотношении истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального, о духовных ценностях и их значении;
- о теоретико-методологических основах науки, политики, истории политической жизни;
- об основах гигиены человека и здорового образа жизни;
- об основных положениях информатики и науки;
- о экономических законах и формах их проявления;
- о методах и инструментах государственной политики регулирования экономической жизни Казахстана и других стран, внешнеэкономической деятельности.

2) знать:

- основные учения в области социально-гуманитарных и экономических наук;
- категориально-понятийный аппарат маркетинга, логистики, коммерческой деятельности, международной торговли;
- структуру экономической системы и макроэкономических параметров;
- основы финансов, организации и регулирования денежного обращения, учета и отчетности;
- основные принципы менеджмента, маркетинга и международной торговли;
- основы товароведения и экспертизы товаров и услуг;
- методы регулирования международной торговли, систему валютного регулирования и контроля в Казахстане.

3) уметь:

- анализировать деятельность хозяйствующих субъектов, проводить научно-обоснованный выбор необходимых форм организации управления;

- применять статистические, экономико-математические методы в профессиональной и практической деятельности;
- использовать принципы бухгалтерского и управленческого учета при организации финансово-хозяйственной деятельности;
- принимать маркетинговые решения на основе всестороннего факторного, дисперсионного, ковариационного, корреляционного, регрессионного, дискриминатного, кластерного анализ;
- проводить маркетинговые исследования и анализировать конъюнктуру товарных рынков;
- разрабатывать корпоративные, функциональные и инструментальные маркетинговые стратегии и тактику их реализации;
- квалифицированно проводить экспертизу и сертификацию продукции;
- анализировать показатели сбыта в целом и по товарным ассортиментным группам, статистические показатели страны, оформлять результаты переговоров.

4) иметь навыки:

- проведения всех видов статистического наблюдения, группировки и анализа;
- маркетингового анализа и контроля;
- осуществления маркетинговых исследований;
- определения показателей конкурентоспособности потребительских и промышленных товаров/услуг;
- осуществления коммерческих сделок, заключения контрактов купли-продажи и ведения коммерческих переговоров, в том числе на международных рынках;
- моделирования
- экономико-математического моделирования прогнозных значений рынка.

5) быть компетентным:

- правового обеспечения деятельности хозяйствующих субъектов;
- применения и соблюдения республиканских и международных норм стандартизации и сертификации продукции;
- государственного регулирования страны;
- использования этики в маркетинговой деятельности;
- проведения маркетингового анализа;
- управления маркетинговой деятельностью;
- разработки стратегии и тактики маркетинга.

Таблица 1

7. Результаты обучения (компетенции) образовательной программы

Код результата	Формулировка результата
Базовые ценности	
	Казахстанский патриотизм и гражданское ответственность; уважение; сотрудничества; открытость
1. Общая образованность выпускника	

ОО	<p>Бакалавр экономики и бизнеса по специальности «5В051100 – Маркетинг» как специалист новой формации должен обладать обширными фундаментальными знаниями в области естественно-научных и социально-гуманитарных дисциплин. Этому способствует совершенствование технологии организации учебного процесса, подчинение его интересам обучающихся, применение современных форм и методов обучения. Всесторонняя базовая профессиональная подготовка должна дать выпускнику бакалавру глубокие фундаментальные познания, что обеспечит его общей междисциплинарной методологией профессиональной деятельности, развитие у будущих специалистов профессионального творчества, формирование потребности постоянного самообразования. Бакалавр на достаточно высоком уровне должен обладать навыками обращения с современной техникой, владеть умением использовать информационные технологии в области профессиональной деятельности, а также знать иностранные языки.</p>
Социально-этические отношения	
СЭК	<p>Бакалавр должен быть конкурентоспособным специалистом на рынке труда, что предполагает наличие социально-этической компетенции. Специалист бакалавр должен владеть навыками эго-маркетинга; -уметь изучать маркетинговую среду любого хозяйствующего субъекта; - соблюдать этические нормы при взаимодействии с участниками рынка; - быть толерантным, компетентным, объективным в процессе принятия маркетинговых решений; - соблюдать принципы социально-этического маркетинга; - владеть теорией и практикой маркетинга персонала и взаимодействия.</p>
Экономические и организационно-управленческие компетенции	
ЭОУК	<p>Бакалавр по данному профилю в области экономических и управленческих решений должен: - уметь разрабатывать бизнес-проекты, планы маркетинга, обосновывать их эффективность на основе экономических расчетов; -обладать компетенцией для принятия эффективных экономических и управленческих маркетинговых решений на основе соблюдения канонов деловой этики; - рассчитывать прогнозы объемов производства и сбыта на основе результатов маркетинговых исследований и внутренней информации хозяйствующего субъекта.</p>
Профессиональные компетенции	
ПК	<p>Профессионализм выпускника по специальности 050511 – Маркетинг определяется его компетенцией в реализации принципов маркетинга в условиях глобализации экономики; в использовании как отечественного, так и зарубежного теоретических знаний и практического опыта в области экономики, менеджмента и маркетинга; в свободном владении категориально-понятийным аппаратом, глоссарием маркетинга, коммерческой деятельности, товароведения и международной торговли; в умении проводить маркетинговый анализ деятельности хозяйствующих субъектов; в выборе наиболее эффективных маркетинговых стратегий и тактики для обеспечения и повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта; в проведении технического регламента товаров и услуг; в анализе конкурентоспособности</p>

	<p>товаров и услуг; в проведении товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики; в области разработки системы качества товаров и услуг.</p> <p>Бакалавр по специальности «Маркетинг» должен отличаться наличием у него следующих специальных компетенций в области: разработки плана маркетинга и инструментальных стратегий; владения системой знаний и методов по изучению и прогнозированию рынка; проведения маркетинговых исследований по различным направлениям; разработки, организации и проведении товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики; использования современных маркетинговых информационных технологий; проведения брендинга; управления логистикой; владения экспертными навыками; управления системой качества товаров и услуг.</p>
Готовность смены социальных, экономических, профессиональных ролей, географической и социальной мобильности	
ГСМ	<p>В условиях изменчивости и неопределенности рыночной конъюнктуры, а также с учетом специфики географии рынка страны от специалиста данного профиля требуется компетенция в области:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания особенностей региональных рынков; - организации и управления маркетинговой деятельности предприятия с учетом экономических и социальных особенностей региона; - применения зарубежного опыта в маркетинговой деятельности хозяйственных субъектов в контексте заимствования; - выбора организационной структуры отдела/департамента маркетинга с учетом региональных особенностей рынка и товарного ассортимента хозяйствующего субъекта.

Таблица 2

7. Требования к уровню образованности выпускников

Код компетенции	Код дисциплин	Требования к компетенции
1. Общая образованность выпускника		
ОО1	SIK 1101	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>знать: - предмет, цель и задачи курса «История Казахстана», основные источники и исторические исследования, научную периодизацию истории Казахстана; - важнейшие события древней и средневековой истории; - этапы формирования казахской государственности и казахского этноса; 5 - процесс вхождения Казахстана в состав России, его положительные и негативные стороны; - развитие Казахстана в период гражданского противостояния и в условиях советского строя; - важные этапы становления суверенного и независимого Казахстана; - основные термины исторической науки.</p> <p>уметь: - соотносить общие явления и единичные исторические факты; - самостоятельно работать с источниками и историографией, готовить рефераты, эссе и презентации; - анализировать и уметь оценивать значительные исторические события; объяснять их причинно-следственные связи; - логически мыслить, свободно дискутировать и отстаивать собственное мнение; - объяснять смысл и значение основных исторических понятий.</p> <p>навыки: - работы с источниками, историографией, материалами периодических изданий и Интернета; - написания рефератов, докладов и</p>

		<p>эссе; - подготовки и выступлений с презентациями; - составления сравнительных таблиц; - выполнения тестовых и ситуационных заданий; - публичного выступления, ведения дискуссии и полемики.</p> <p>Компетенции: владение навыками аналитического и аксиологического анализа при изучении сложных исторических процессов, явлений и исторических личностей современного Казахстана.</p>
002	Yа 1103	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и профессиональном уровне; • общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности; • основные грамматические структуры литературного и разговорного языка.</p> <p>Уметь: использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; • свободно и адекватно выражать свои мысли в беседе и понимать речь собеседника на иностранном языке; • вести письменное общение на иностранном языке, составлять деловые письма; • применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности.</p> <p>Навыки: навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке; • различными навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.</p> <p>Компетенции: быть компетентным в использовании профессиональных терминов на английском языке и в отборе языковых средств при переводе специализированных текстов.</p>
003	K(R)Ya 1104	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: применения русского (казахского) языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении;</p> <p>Уметь: выражать свое мнение с точки зрения будущего специалиста в области ветеринарии, производить оценку его эффективности на современном этапе</p> <p>Навыки: иметь практические навыки квалифицированно вести деловые переговоры и беседы, по использованию передового опыта и прогрессивных методов организации труда</p> <p>Компетенции: приобрести правила этики и этикета в профессиональном общении квалифицированно вести деловые переговоры и уметь определять показатели изменения рынка труда, планировать и прогнозировать.</p>
	IKT1105	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: - основы современных технологий сбора, обработки, представления и передачи информации;</p> <p>- основы использования средств информационных технологий;</p> <p>- об основных направлениях развития современных информационных и компьютерных технологий в образовании.</p> <p>Уметь: - создавать текстовую документацию с использованием текстовых редакторов в соответствии с требованиями к оформлению документации;</p> <p>- создавать графическую информацию с использованием основных графических редакторов;</p>

		<p>- создавать, обрабатывать и графически представлять числовую информацию с использованием электронных таблиц;</p> <p>- создавать и использовать презентации учебного назначения; - работать с электронной почтой.</p> <p>Навыки: - методики поиска информации в сети Интернет;</p> <p>- методики использования современных информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе;</p> <p>Компетенции: демонстрировать способность и готовность:</p> <p>- создавать текстовую документацию;</p> <p>- создавать текстовую документацию с использованием текстовых редакторов в соответствии с требованиями к оформлению документации;</p> <p>- создавать графическую информацию с использованием основных графических редакторов;</p> <p>- создавать, обрабатывать и графически представлять числовую информацию с использованием электронных таблиц;</p> <p>- создавать и использовать презентации учебного назначения;</p> <p>- работать с электронной почтой;</p> <p>- использования средств информационных технологий сбора, обработки, представления и передачи информации;</p> <p>- использования современных информационных и компьютерных технологий в образовании;</p> <p>- к поиску информации в сети Интернет.</p>
2. Социально-этические отношения		
СЭО1	OPr 11(2)01	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные положения Конституции Республики Казахстан; основные положения действующего законодательства Казахстана; систему органов государственного управления и круг их полномочий; механизм взаимодействия материального и процессуального права.</p> <p>Уметь: анализировать события и действия с точки зрения области правового регулирования и уметь обращаться к необходимым нормативным актам, ориентироваться в действующем законодательстве, используя закон, защищать свои права и интересы.</p> <p>Навыки: навыки ведения дискуссий по правовым вопросам, по вопросам применения норм в современный период; правового анализа различных документов</p> <p>Компетенции: обладать базовыми знаниями в области естественно научных (социальных, гуманитарных, экономических) дисциплин, способствующих формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления, в частности навыками толкований законодательных актов, уметь правильно применять полученные знания на практике; знать основы правовой системы и законодательства Казахстана; уметь адекватно ориентироваться в различных социальных ситуациях; готовить коммерческие предложения с вариантами решения ; знать и понимать цели и методы государственного регулирования экономики, роль государственного сектора в экономике; быть гибким и мобильным в различных условиях и ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью</p>
СЭО2	OPr 11(2)01	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные положения и выводы теории международного права;</p> <p>Уметь: самостоятельно характеризовать, оценивать сущность международных отношений;</p> <p>Навыки: приобрести навыки и умения анализировать международные правовые нормы.</p> <p>Компетенции: понимать связь права с другими науками и уметь</p>

		анализировать природу международных правовых явлений
СЭО3	ОАК11(2) 02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: специфику системы казахстанского права и содержание основных его институтов; предмет, методы, структуру и характерные особенности базовых отраслей казахстанского права; основы правовой системы и законодательства Казахстана; особенности законодательного процесса, а также процесса формирования подзаконных и локальных актов разных уровней, нацеленных на снижение коррупции; нормы отраслевого законодательства, обуславливающие реализацию прав и свобод человека и гражданина с условиях коррупции.</p> <p>Уметь: дать анализ и оценку социальных явлений, протекающих в обществе; объяснять сущность социально-правовых явлений путем проведения аналогий и параллелей; анализировать социальные процессы и явления; принять нравственные обязанности по отношению к обществу, другим людям и самому себе в целях борьбы с коррупцией; выделять ключевые приоритеты в снижении коррупции и следовать им; различать правовые институты и принципы, обеспечивающие искоренение коррупции; анализировать социальные процессы и явления, способствующие развитию коррупции; анализировать гражданскую и мировоззренческую позицию.</p> <p>Навыки: обладание навыками анализа значимых социально-этических проблем; теоретической и нормативной базой правоведения; профессиональной лексикой, терминологией отраслевого законодательства. теоретической и нормативной базой правоведения; профессиональной лексикой, терминологией отраслевого законодательства; сбора и обработки информации для правильного применения нормативно-правовых документов.</p> <p>Компетенции: обладать базовыми знаниями в области естественнонаучных (социальных, гуманитарных, экономических) дисциплин, способствующих формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления, в частности навыками втолкований законодательных актов, уметь правильно применять полученные знания на практике; владеть навыками приобретения новых знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности и продолжения образования в магистратуре; знать тенденции социального развития общества; уметь адекватно ориентироваться в различных социальных ситуациях; знать основы правовой системы и законодательства Казахстана; быть способным работать в команде, корректно отстаивать свою точку зрения, предлагать новые решения; использовать методы и инструментальные средства анализа и формализации объектов исследования, в рамках профессиональной деятельности.</p>
СЭО4	Kul 11(2)02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы мира, закономерности их функционирования и развития, историю культуры Казахстана, её место в системе мировой культуры и цивилизации; основные понятия и концепции культурологи, место культурологии в современном социогуманитарном знании, структуру и состав современного культурологического знания, сущность, структуру и функции культуры, типологии и классификации культур, историю их развития, общие культурно- ценностные ориентиры и историко- культурное наследие Казахстана.</p>

		<p>Уметь: определить соотношение наследственности и социальной среды, роли и значения национальных и культурно-исторических факторов в образовании и воспитании; применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности, применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности, анализировать процессы и тенденции современной социокультурной среды, свободно ориентироваться в теориях, подходах, школах, концепциях мировой и отечественной культурологии</p> <p>Навыки: навыками целостного подхода к анализу проблем общества, навыками самостоятельного постижения культуры, методами культурологического исследования.</p> <p>Компетенции: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>
СЭО5	OSOBJ11 (2)02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: законодательные акты РК в области ЧС; теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек-среда обитания»; основы взаимодействия человека со средой обитания и рациональными условиями деятельности; средства и методы повышения безопасности и устойчивости технических средств и технологических процессов; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в ЧС; методы мониторинга опасных и чрезвычайно опасных ситуаций; нормативно-технические и организационные основы управления безопасностью жизнедеятельности.</p> <p>Уметь: контролировать параметры негативных воздействий и оценивать их уровни; планировать и осуществлять мероприятия по повышению безопасности жизнедеятельности.</p> <p>Навыки: планирование и участие в спасательных работах; применения средств индивидуальной защиты; оказание доврачебной помощи пострадавшим.</p> <p>Компетенции: к вопросам безопасности жизнедеятельности</p>
СЭО6	EUR11(2) 02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: общие закономерности взаимодействия живых организмов с факторами среды обитания; закономерности распределение живых организмов в пространстве и во времени; изменения и регуляцию численности организмов, потока энергии через живые системы и круговорот веществ.</p> <p>Уметь: анализировать протекание экологических процессов, связанных с антропогенным воздействием на окружающую среду; выявлять их причины и пути устранения.</p> <p>Навыки: знаниями функционирования экологических систем и биосферы в целом; принципами рационального природопользования.</p> <p>Компетенции: практическую значимость закономерностей взаимодействия живых организмов с окружающей средой; иметь представление: представление о закономерностях развития биосферы и условий сохранения экологического равновесия; приобрести: навыки анализа экологических процессов и постановки конкретных задач и приоритетов природоохранной деятельности; навыки использования материалов и результатов экспериментов для решения экологических</p>

		<p>проблем. Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: общие закономерности взаимодействия живых организмов с факторами среды обитания; закономерности распределение живых организмов в пространстве и во времени; изменения и регуляцию численности организмов, потока энергии через живые системы и круговорот веществ.</p> <p>Уметь: анализировать протекание экологических процессов, связанных с антропогенным воздействием на окружающую среду;- выявлять их причины и пути устранения.</p> <p>Навыки: знаниями функционирования экологических систем и биосферы в целом; принципами рационального природопользования.</p> <p>Компетенции: практическую значимость закономерностей взаимодействия живых организмов с окружающей средой; иметь представление: представление о закономерностях развития биосферы и условий сохранения экологического равновесия; приобрести: навыки анализа экологических процессов и постановки конкретных задач и приоритетов природоохранной деятельности; навыки использования материалов и результатов экспериментов для решения экологических проблем.</p>
СЭ07	Pol 11(2)03	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные этапы развития политического знания в истории цивилизации; школы и научные направления современной политической науки; субстанциональные основы политики; политическую жизнь общества; политическую систему и ее институты; сущность политических процессов в стране и в мире, роль в них государства, политических партий и общественных движений.</p> <p>Уметь: использовать научные методы познания, что способствует формированию научного мировоззрения; показать место политологии в системе социально - гуманитарных наук, специфику ее объекта и предмета, истории формирования, наиболее актуальных проблем; формировать свой собственный подход в познании и оценке фактов, событий и явлений в политической жизни; выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты политического знания, применять их для обоснования решений, касающихся как повседневной жизни, так и профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать, критически политически мыслить; развивать свой интеллект и расширять кругозор, способности и интерес к творческой деятельности, потребности в непрерывном самообразовании; вырабатывать свою гражданскую позицию и нести социальную ответственность перед обществом.</p> <p>Навыки: анализа особенностей политической жизни народов и государств; коммуникации с помощью политико-правовых норм регулирования отношений между людьми в обществе, активного политического участия.</p> <p>Компетенции: обладать навыками обращения с современной техникой, уметь использовать информационные технологии в сфере профессиональной деятельности; владеть навыками приобретения новых знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности и продолжения образования в магистратуре; уметь анализировать социально значимые проблемы и процессы и использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных</p>

		видах социальной и профессиональной деятельности; быть способным к демонстрации знаний и пониманий в профессиональной сфере; уметь доводить информацию, идеи, проблемы и решения в области экономики; владеть методами проведения анализа, способен к обоснованию принимаемых и реализуемых решений в области политики: способен применять результаты на практике.
СЭО8	Relv 11(2)04	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: базовые религиозоведческие понятия, – особенности структуры религии, её типы и функции, – особенности истории, вероучения и культа основных религий и конфессий в РК.</p> <p>Уметь: – ориентироваться в широком многообразии религиозных феноменов, – различать основные религии по их вероучению, культу, особенностям религиозной организации, устройству, архитектуре и убранству храмов и молитвенных мест,</p> <p>Навыки: владеть навыками: – рассказа об особенностях этнонациональных и мировых религий, – толерантного отношения к различным религиям и конфессиям, а также к их представителям, – рассказа о религиях и храмах Казахстана, – работы с учебной литературой по теме курса;</p> <p>Компетенции: иметь представление – о тенденциях изменения в современных религиях, – об основных подходах к проблеме происхождения религии, её генезиса и эволюции в истории общества, – о месте религии в системе культуры.</p>
СЭО9	Fil 2102	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: смысл, функции и роль философии в обществе; - основные вехи мировой философской мысли; - основополагающие категории человеческого бытия; - биологическую и социальную специфику человека; - нравственные нормы регулирования отношений между людьми;</p> <p>Уметь: - пользоваться философскими источниками информации для их анализа и выработки собственной мировоззренческой позиции. В течение всего курса «Философии»;</p> <p>Навыки: обладать навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества; грамотно выражать и аргументировать свою точку зрения (устно и письменно) при заимствовании и интерпретации тех или иных из усвоенных идей и понятий, умение прослеживать взаимосвязи между различными традициями и течениями.</p> <p>Компетенции: в формах человеческого знания и особенностях его проявления в современном обществе; - о возникновении человека и его сознания; - об основных видах духовной культуры.</p>
3. Экономические и организационно-управленческие компетенции		
ЭОУК1	ME 12(2)07	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: элементы теории вероятностей и математической статистики, необходимые для решения экономических задач при применении способов и средств получения, хранения, переработки информации.</p> <p>Уметь: - применять полученные знания для решения экономических задач; - решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений.</p> <p>Навыки: - навыками применения современного математического</p>

		<p>инструментария для решения экономических задач; - методами математического анализа, линейной алгебры, теории вероятностей и математической статистики, применяемыми в экономике.</p> <p>Компетенции: владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования</p>
ЭОУК2	Men 2209	<p>Знать: составные части теории менеджмента и перспективы ее развития, основные модели и инструменты современного менеджмента, принципы управления персоналом, системы мотивации, особенности стратегического и тактического управления организациями;</p> <p>Уметь: применить теории и концепции к решению проблем в организации; анализировать и проектировать организационную структуру предприятия; уметь ситуационно отличать проблемы от симптомов, выявлять причины, лежащие в основе возникшей ситуации, применять модели и управленческие технологии для проявления индивидуального, группового и организованного творчества; обладать системным взглядом на управление организацией; управлять конфликтами и изменениями в организации, оценивать конкурентоспособность товаров(услуг) и эффективность управления, применять методики мотивации персонала и соблюдать правила этики управления;</p> <p>Иметь навыки самостоятельного овладения новыми знаниями и навыками по теории управления организации и практике ее развития, способность применять специфические методы, процедуры и технологии в конкретных ситуациях в управлении</p> <p>Компетенции: быть способным анализировать внешнюю среду и конкурентоспособность компаний для определения перспектив развития</p>
ЭОУК3	ET 1203	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - фундаментальные проблемы функционирования экономики, направления развития экономической науки; -основные закономерности экономической жизни общества, способы решения базовых экономических проблем в рамках экономических систем различных типов; - закономерности индивидуального воспроизводства; - воспроизводство на уровне национальной экономики; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать экономические модели для анализа экономической ситуации, прогнозирования и предвидения последствий государственной экономической политики; - давать самостоятельную оценку развитию мировой и отечественной экономической мысли, разрабатывать альтернативные варианты хозяйственной политики; - собирать обобщать и анализировать экономическую информацию; - конструировать поведение экономических агентов с целью принятия наиболее эффективных решений. <p>владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учета в практической деятельности требований объективных законов; - составления экономических моделей; - экономического выбора и разработки методов рационального хозяйствования; - разработки научных прогнозов и перспектив общественного развития; - проведении анализа экономических ситуаций.

		<p>быть компетентным:</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладеть навыками экономического мышления: выбора из многих вариантов решения наиболее рационального, абстрагирования от второстепенного с целью выделения главного; - применять полученные знания при решении ситуационных и практических задач; - обладать навыками системного подхода к исследованию экономических проблем, которые необходимы студентам для освоения смежных дисциплин; - сформировать способности к восприятию информации в соответствии с базовыми знаниями экономической теории.
ЭОУК4	Мик 1204	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - механизм построения графических моделей; - механизм действия и проявления экономических законов. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описывать взаимоотношения экономических агентов с использованием категорий микроэкономики; - анализировать поведение рыночных агентов с точки зрения типов рыночных структур; - различать и сравнивать поведение рыночных агентов в различных рыночных структурах. <p>владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - математических расчетов для экономического анализа; - выработки эффективного поведения на рынке в качестве игрока рынка; - решения экономических задач графическим, табличным и аналитическим способами. <p>быть компетентным:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть углубленными знаниями по микроэкономике; - уметь использовать навыки микроэкономического анализа для практического применения.
	Мас 2205	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности построения макроэкономических моделей; - разницу между принципами и инструментами основных концепций макроэкономической теории. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснить взаимодействие экономических агентов на макроэкономических рынках; - описывать поведение экономических агентов с использованием категорий и моделей макроэкономики; - соизмерять личный вклад и вклад всех занятых в совокупный результат общественного производства. <p>владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решения макроэкономических задач графическим и аналитическим способами; - сравнения результативности макроэкономической политики в различных странах; - аргументировать собственные взгляды на современные макроэкономические явления. <p>быть компетентным:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в использовании данных макроэкономических прогнозов развития

		мировой и национальной экономики для конструирования предпринимателями модели собственного бизнеса; - в применении знаний, полученных при изучении дисциплины, для оценки реальной макроэкономической ситуации в стране и определения путей экономического роста.
	ML 12(2)07	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные понятия математической логики и теории алгоритмов, определения и свойства математических объектов в этой области, формулировки утверждений, методы их доказательства, возможные сферы их приложений..</p> <p>Уметь: решать задачи вычислительного и теоретического характера в области математической логики и теории алгоритмов, доказывать утверждения из этой области.</p> <p>Навыки: математическим аппаратом логики и теории алгоритмов, методами решения задач и доказательства утверждений в этой области.</p> <p>Компетенции: владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования</p>
	ЕО 32(2)03	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования, вопросы экономии ресурсов, энергосберегающие технологии; -механизмы ценообразования, формы оплаты труда; -основные показатели деятельности организации (предприятия); <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять влияние факторов и резервов на экономические результаты деятельности организации; - решать производственные задачи на условиях применения современной техники и технологии сбора, обработки и передачи информации в режиме реального масштаба времени; - пользоваться базовыми системами и проявлять способность к освоению новых видов программного обеспечения; - использовать основные положения экономики фирмы и профессиональной деятельности; знать основы экономического поведения фирмы в условиях функционирования и развития свободного рынка; - применять основы теории в практических сферах деятельности; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать зарубежный опыт организации экономической и хозяйственной деятельности фирмы; - использовать методы математического и имитационного моделирования; уметь научно обосновывать эффективность деятельности организации; -рассчитывать по принятой методологии основные технико-экономические показатели деятельности организации; -использовать компьютерную технику в режиме пользователя. <p>Компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать экономическую стратегию предприятия и планировать текущую производственную деятельность; - проводить анализ ресурсного потенциала, определять потребность в ресурсах, выявлять резервы внутрипроизводственного характера и давать рекомендации по их использованию;

		<ul style="list-style-type: none"> - грамотно использовать нормативные документы, регламентирующие деятельность фирмы; уметь использовать системы документооборота и делопроизводства; - составлять документацию (инструкции, планы, отчеты по выполненным заданиям, обзоры и др.).
EDKH 32 (02)03	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения программы «Развитие транспортной системы Казахстана»; - факты, процессы и явления, характеризующие целостность и системность отечественного и зарубежного опыта управления дорожной отраслью; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; - анализировать социально-значимые проблемы и процессы; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; - владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; <p>Компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приобретение понимания студентами основных механизмов деятельности дорожных организаций; - овладение основными приемами организации и финансирования работ по строительству, ремонту и содержанию дорог; <p>формирование:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути ее достижения; - логически верно, аргументировано обосновать решения конкретных задач с использованием известных математических моделей; - мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня знаний основных решений и методов экономической деятельности в дорожном хозяйстве. 	
DKB 12(2)13	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, категории и закономерности денежного обращения и кредита; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих денежный оборот и деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне; - основные особенности казахстанской экономики, ее институциональную структуру, направления денежно-кредитной политики государства. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать во взаимосвязи экономические процессы создания, тенденции построения и организации современных денежных, кредитных, банковских систем и их элементов; - рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические показатели в сфере денежно-кредитных отношений; 	

		<p>- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;</p> <p>- представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи.</p> <p>Навыки: - современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;</p> <p>- современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро-, и макро-уровне;</p> <p>- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений</p> <p>Компетенции: - владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;</p> <p>- умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;</p> <p>- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.</p>
	<p>ВО 12(2)13</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: сущность банковских услуг и продуктов, совершение банковских операций, законодательные и нормативные акты Национального банка РК.</p> <p>Уметь: находить взаимосвязь и взаимозависимость банковских операций;</p> <p>– определять влияние банковских операций на изменение результативных показателей банка.</p> <p>Навыки: в принятии решений при проведении банковских операций, применения законодательных и нормативных актов Национального банка РК.</p> <p>Компетенции: в вопросах, касающихся банковского дело, изучения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности банка второго уровня, анализа бухгалтерского баланса и определения результатов хозяйственно-финансовой деятельности банка, способности к самопознанию и самосовершенствованию.</p>
	<p>Stat 22(2)15</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: принципы организации статистического наблюдения и сбора статистической информации, теоретические основы построения систем показателей социально-экономической статистики; основные категории, классификации, используемые в социальной – экономической статистике;</p> <p>Уметь: использовать статистические методы анализа в исследовании динамики социально-экономических процессов;</p> <p>Навыки: обладание навыками для дальнейшей творческой, активной профессиональной деятельности в качестве экономиста предприятия .</p> <p>Компетенции: Компетенции в области системы обобщающих показателей социально-экономического развития, источников статистической информации; владеть методологией построения национальных счетов, статистической методологией изучения развития, структуры и взаимосвязей общественных явлений;</p>

StatT 22 (2)15	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: принципы организации статистического наблюдения и сбора статистической информации, теоретические основы построения систем показателей социально-экономической статистики; основные категории, классификации, используемые в социальной – экономической статистике;</p> <p>Уметь: использовать статистические методы анализа в исследовании динамики социально-экономических процессов;</p> <p>Навыки: обладание навыками для дальнейшей творческой, активной профессиональной деятельности в качестве экономиста предприятия .</p> <p>Компетенции: Компетенции в области системы обобщающих показателей социально-экономического развития, источников статистической информации; владеть методологией построения национальных счетов, статистической методологией изучения развития, структуры и взаимосвязей общественных явлений;</p>
GRE 22(2)01	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные предпосылки государственного регулирования экономики; место, роль и функции государства в экономике страны; цели, формы, методы и инструменты государственного воздействия на экономику; основные цели, задачи и принципы реализации государственной экономической политики во всех сферах и звеньях национальной экономики; экономические показатели функционирования национальной экономики;</p> <p>Уметь: анализировать события и действия с точки зрения государственного экономического регулирования;</p> <p>Навыки: принятия оптимальных управленческих решений при государственном управлении, исследования современных проблем государственного регулирования в Казахстане.</p> <p>Компетенции: обладать базовыми знаниями в области социальных, гуманитарных, экономических дисциплин, способствующих формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления, в частности навыками оценки уровня эффективности государственных решений в области социально-экономического развития страны;</p> <p>уметь правильно применять полученные знания на практике; знать основы государственного регулирования экономики Казахстана; знать и понимать цели и методы государственного регулирования экономики, роль государственного сектора в экономике; быть гибким и мобильным в различных условиях и ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью.</p>
GMU 22(2)01	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные тенденции и этапы развития государственного управления как науки и профессии; основные административные процессы и принципы их регламентации; правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности; особенности форм государственного устройства, организации и функционирования органов государственной власти; систему мер государственного воздействия, направленных на улучшение качества и уровня жизни социальных групп.</p> <p>Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;</p>

		<p>анализировать и правильно применять <u>правовые нормы</u>; логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.</p> <p>Навыки: работы с правовыми актами; анализа правовых норм и отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности; оценки социальных и политических условий реализации государственных программ.</p> <p>Компетенции: адаптировать лучшие практики зарубежного государственного и муниципального управления к своей профессиональной деятельности</p>
	УМ3302	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: понятийный аппарат, основные категории в области управления маркетингом, понимание механизма взаимодействия этих категорий в условиях рынка; структуру маркетинговой деятельности и роль маркетинга на предприятии; факторы окружающей среды маркетинга и их влияние на управление маркетинговой деятельностью компании; теоретическое представление о принципах управления рынком, покупательским поведением, ценообразованием, сбытовой и коммуникативной политикой предприятия; основы стратегического маркетингового планирования и аудита маркетинга. Уметь: – разбираться в особенностях российской практики управления маркетингом; – управлять маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне; – организовать службу маркетинга на предприятии; – принимать решения на основе ревизии маркетинга предприятия; – оптимизировать управление комплексом маркетинга; – освоить инструменты маркетингового планирования и контроля.</p> <p>Навыки: организации работы службы маркетинга на предприятии; анализа рыночной конъюнктуры и выработки стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне; – проведения маркетинговых исследований и принятия решений по управлению маркетингом на функциональном уровне на основе полученных результатов;</p> <p>Компетенции: управления маркетингом на инструментальном уровне; составления плана маркетинга; проведение аудита маркетинга.</p>
	МІ 3301	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: - методику проведения маркетингового исследования: основные этапы; методы, приемы, инструменты сбора и анализа информации; способы предоставления результатов;</p> <p>- достоинства и недостатки отдельных методов и инструментов сбора информации: опрос, наблюдение, эксперимент, фокус-группа, анкета, механические устройства;</p> <p>- принципиальные особенности и различия применяемых методов анализа при различных направлениях маркетинговых исследований: внешних и внутренних;</p> <p>- специфику проведения отдельных видов маркетинговых исследований: конкуренции; конъюнктуры, емкости рынка; фирменной структуры рынка; компонентов комплекса маркетинга, внутренней среды функционирования предприятия.</p> <p>Уметь: - проводить телефонные, устные, письменные опросы; организовать проведение опроса на основе фокус-группы;</p> <p>- квалифицированно составлять анкеты по различным проблемам исследования; сценарии (гайды) для проведения фокус-группы;</p>

		<p>- производить сбор, обработку и анализ различных видов информации; - проводить конкретные мини-маркетинговые исследования по интересующей проблеме с предоставлением отчета по нему.</p> <p>Использовать:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы экспертных оценок; 2. Методы наблюдения; 3. Методы опросов; 4. Методы экспериментов; 5. Методы тестирования и др. <p>Владеть: навыками анализа конкретных ситуаций в экономике с позиций маркетинговых исследований.</p> <p>Компетенции: способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию.</p>
	Mar 2206	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и термины: рынок, обмен, конкуренция, товар, цена, спрос, предложение, поставщики, посредники, маркетинговые исследования в отраслях и сферах деятельности; - методику проведения конкретного маркетингового исследования: основные этапы; методы, приемы, орудия сбора, анализа информации, особенности видов исследований; - теоретические основы изучения потребительского поведения и методические вопросы сегментирования, позиционирования товара; разработки комплекса маркетинга товаров и услуг. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные понятия, принципы, методы маркетинговой деятельности для анализа и решения проблем в конкретной экономической ситуации; - проводить конкретные маркетинговые исследования по интересующей проблеме с предоставлением краткого отчета по нему в различных сферах деятельности; - проводить сегментирование рынка по различным принципам и позиционирование товара, услуги; - разработать комплекс маркетинга применительно к конкретному товару или услуге. <p>Навыки: анализа, исследования и сегментации на различных рынках; исследовательской работы.</p> <p>Компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрировать знания и понимание в области маркетинга, включая элементы наиболее передовых знаний в данной области; - применять эти знания и понимание на профессиональном уровне; - формулировать аргументы и решать проблемы в области маркетинга; - осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений.
	MarS 22(2)03	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные термины и определения курса; - основные особенности рынка товаров производственного назначения; - особенности изучения рынков сырья, машин и оборудования; - особенности закупок, принятия решений в промышленной сфере; - виды цен и скидок в промышленном маркетинге;

		<p>- формы организации каналов распределения промышленных товаров, формы поставок на рынок;</p> <p>- особенности транспортной логистики промышленных товаров;</p> <p>- основные виды маркетинговых коммуникаций в промышленной среде.</p> <p>Уметь: - находить и использовать соответствующую информацию для маркетинговых исследований;</p> <p>- пользоваться различными современными информационными <u>базами данных</u>, Интернетом.</p> <p>Навыки: - поиск специальной литературы, каталогов, статинформации, информации для конъюнктурных обзоров отраслевых товарных рынков;</p> <p>- выполнение рефератов по определенной тематике;</p> <p>- подготовка докладов и сообщений для семинаров - конференций и студенческой научной конференции;</p> <p>- самостоятельная подготовка по отдельным разделам курса.</p> <p>Компетенции:</p> <p>знание нормативной базы в области инженерных изысканий, принципов проектирования зданий, сооружений, инженерных систем и оборудования, планировки и застройки населенных мест</p> <p>владение методами проведения инженерных изысканий, технологией проектирования деталей и конструкций в соответствии с техническим заданием с использованием универсальных и специализированных программно-вычислительных комплексов и систем автоматизированных проектирования</p> <p>способность проводить предварительное технико-экономическое обоснование проектных решений, разрабатывать проектную и рабочую техническую документацию, оформлять законченные проектно-конструкторские работы, контролировать соответствие разрабатываемых проектов и технической документации заданию, стандартам, техническим условиям и другим нормативным документам</p> <p>способностью участвовать в проектировании и изыскании объектов профессиональной деятельности</p>
	FRP 22(2)17	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <p>-методологию эффективного управления операциями на современных финансовых рынках</p> <p>-основы финансового рынка, особенности его сегментации и роли финансового посредничества.</p> <p>Уметь:</p> <p>применять знания в решении проблем в области регулирования финансового рынка и финансовых организаций.</p> <p>Навыки:</p> <p>анализа финансовых инструментов.</p> <p>Компетенции:</p> <p>вопросах финансового рынка и особенностях его сегментации.</p>
	UGA 22(2)17	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: теоретические основы управления оборотными и внеоборотными активами</p> <p>Уметь: обосновывать решения в сфере управления оборотными и внеоборотными средствами и выбора политики управления оборотными и внеоборотными активами.</p> <p>Навыки: способами и методами обоснования решений в сфере</p>

		<p>управления оборотными и внеоборотными активами.</p> <p>Компетенции: способностью использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала.</p>
	ТОТ 22(2)05	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тенденции развития спроса, разработки стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения; • законы функционирования рынка и средств его регулирования; • место и роль товароведения в формировании рыночных знаний; • основные определения, термины, цели и задачи товароведения; • товароведческие функции и операции; • принципы формирования товароведческой деятельности; <p>Уметь: определять принципы создания рационального ассортимента товаров и возможностями его управления.</p> <ul style="list-style-type: none"> • следовать правилам разработки, применения, нанесения основополагающей товарной информации. • применять основные правила работы с товаром; • применять основные методы обеспечения и оценки качества товаров; • определять необходимые методы проведения экспертизы товаров. <p>Навыки: управление и анализа ассортимента;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применения методов каталогизации, идентификации, систематизации товаров; • способами совершенствования информационного обеспечения маркетинговой деятельности; • способами проведения целенаправленной товарной политики; • формирования упаковки товара; • способами выявления требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирования потребительского спроса и прогнозирования объемов продаж. <p>Компетенции: владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний.</p>
	PrMar 32(2)04	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: особенности и направления развития промышленного маркетинга;</p> <p>Уметь: разрабатывать систему маркетинговых мероприятий в производственном маркетинге;</p> <p>Навыки: анализа факторов, влияющих на выбор поставщика и управлять промышленным маркетингом.</p> <p>Компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> -в правилах и процедурах маркетинговых исследований; -организовать проведение кабинетных и полевых маркетинговых исследований; -в методах обработки эмпирических данных; -в правилах получения достоверных данных о рынках, товарах,

		<p>потребителях, поставщиках и конкурентах; - в методах исследования производственно- сбытовых возможностей предприятия.</p>
	РMar 32(2)04	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: сущность и особенности процесса планирования маркетинговой деятельности; – основные методы разработки и реализации стратегии маркетинга; Уметь: определять стратегические приоритеты и направления развития маркетинга на предприятии; – выявлять конкурентные преимущества организации, факторы ее конкурентоспособности; Навыки: методическими приемами разработки стратегии маркетинга организации; – инструментами выбора оптимальной стратегии маркетинга фирмы. Компетенции: Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p>
	ТРPASO 32(2)05	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: - сущность, функции содержание понятия «товар» в экономической теории и маркетинге; - правовые формы реализации товаров и услуг; Уметь: - сформировать товарную политику с учетом ситуации на рынке, на котором работает предприятие; - проектировать товарные стратегии на основе модели жизненного цикла товара; - разрабатывать бизнес-план создания нового товара; - сформировать коммерческие характеристики продукции на основе многоуровневых моделей товара; - сформировать оптимальный товарный портфель предприятия; - оценивать конкурентоспособность товаров и услуг. Навыки: - представлением о классификации товаров и услуг в системе международной торговли; - представлением о моделях коммерческих характеристик товара; - методикой оценки атрибутов товара; - современными методиками анализа ассортимента (ABC – анализ ассортимента, анализ «Матрицы совместных покупок», анализа рентабельности ассортиментных групп) -методиками оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Компетенции: умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний.</p>
	OBASO 32(2)06	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: изучение принципов, способов и методов организации бизнеса как современной науки, сущности современной организации в контексте внешнего окружения в автотранспортной и строительной отрасли Уметь: ставить четкие определенные цели; определять экономические, социальные и правовые условия, необходимые для развития предпринимательской деятельности.</p>

		<p>Навыки: иметь представление об организационных структурах бизнеса в автотранспортной и строительной отрасли, определять проблемы малого и среднего бизнеса в экономике в автотранспортной и строительной отрасли, государственном регулировании предпринимательской деятельности, экономических информационных системах бизнеса.</p> <p>Компетенции: демонстрировать знание и понимание в области бизнеса и предпринимательства, основанном на общем среднем образовании; целостного представления о теории и практики процесса организации бизнеса как экономической системы, организационных форм и мотивов осуществления бизнеса, принципов организации основной деятельности и объединения в автотранспортной и строительной отрасли, планирования бизнеса, элементов и этапов его осуществления, понятий и основных элементов инфраструктуры бизнеса.</p>
	Fin 2208	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: определение понятий, связанных с финансами, финансовой и бюджетной системами, процесса управления финансами;</p> <p>Уметь: свободно владеть основными понятиями и терминами в области финансовых отношений; логически и грамотно излагать свою точку зрения по вопросам функционирования звеньев финансовой системы государства, применять полученные знания в оценке данных средств массовой информации.</p> <p>Навыки: – владеть методологией экономического исследования; – современными методами обработки и анализа экономических данных; – методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; – современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления.</p> <p>Компетенции: быть способным к демонстрации знаний и пониманий в профессиональной сфере; уметь доводить информацию, идеи, проблемы и решения в области экономики; владеть методами проведения технико-экономического анализа, способен к обоснованию принимаемых и реализуемых решений в области экономики: способен применять результаты на практике.</p>
	МКО 33(2)02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные понятия и категории в области маркетинговых коммуникаций в отраслях, понимание механизма работы этих категорий в условиях рынка; – структуру комплекса маркетинговых коммуникаций в отраслях и роль маркетинговых коммуникаций в отраслях</p> <p>Уметь: ориентироваться в специфической терминологии и самостоятельно работать с учебной литературой; – разбираться в особенностях казахстанской практики маркетинговых коммуникаций в отраслях; – управлять маркетинговыми коммуникациями в отраслях на инструментальном уровне</p> <p>Навыки: организации каналов маркетинговых коммуникаций на предприятии; – анализа потенциальных возможностей маркетинговых коммуникаций в отраслях и выработки стратегических коммуникационных решений на корпоративном уровне.</p> <p>Компетенции: способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций в разрезе коммуникаций с потребителями товаров и услуг компании; владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных</p>

		<p>решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций в отраслях;</p> <p>умеет использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.</p>
	ОВ 32(2)06	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: изучение принципов, способов и методов организации бизнеса как современной науки, сущности современной организации в контексте внешнего окружения.</p> <p>Уметь: ставить четкие определенные цели; определять экономические, социальные и правовые условия, необходимые для развития предпринимательской деятельности.</p> <p>Навыки: иметь представление об организационных структурах бизнеса, определять проблемы малого и среднего бизнеса в экономике промышленного развития страны, государственном регулировании предпринимательской деятельности, экономических информационных системах бизнеса.</p> <p>Компетенции: демонстрировать знание и понимание в области бизнеса и предпринимательства, основанном на общем среднем образовании; целостного представления о теории и практики процесса организации бизнеса как экономической системы, организационных форм и мотивов осуществления бизнеса, принципов организации основной деятельности и объединения фирм, планирования бизнеса, элементов и этапов его осуществления, понятий и основных элементов инфраструктуры бизнеса</p>
	ОСР 33(2)01	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: место и роль оценки и управления стоимостью бизнеса республики, социальную значимость своей профессии</p> <p>Уметь: анализировать происходящие финансовые процессы, давать им объективную оценку</p> <p>Навыки: классификацией и систематизацией полученных знаний, использовать их в практике.</p> <p>Компетенции: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p>
	МКС 33(2)02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные понятия и категории в области маркетинговых коммуникаций в строительстве, понимание механизма работы этих категорий в условиях рынка; – структуру комплекса маркетинговых коммуникаций и роль маркетинговых коммуникаций в строительстве</p> <p>Уметь: ориентироваться в специфической терминологии и самостоятельно работать с учебной литературой; – разбираться в особенностях казахстанской практики маркетинговых коммуникаций; – управлять маркетинговыми коммуникациями в строительстве на инструментальном уровне</p> <p>Навыки: организации каналов маркетинговых коммуникаций в строительстве; – анализа потенциальных возможностей маркетинговых коммуникаций в строительстве и выработки стратегических коммуникационных решений на корпоративном уровне.</p> <p>Компетенции: способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций в разрезе коммуникаций с потребителями товаров и услуг в строительстве;</p> <p>владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью</p>

		<p>организаций в строительстве; умеет использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.</p>
ТМар 43(2)04		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: теоретические основы и методологию применения транспортного маркетинга; принципы применения маркетингового подхода в управлении деятельностью транспортных предприятий. Уметь: применять маркетинговые методы при решении задач на транспорте. Навыки: управления производственно-сбытовой деятельностью транспортной организации, нацеленной на эффективное удовлетворение потребительского спроса, дальнейших перспективах развития маркетингового инструментария на транспорте в РК. Компетенции: обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину ; - способность находить организационно- управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность; - способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды; - способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений ; - владеть знанием современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению; - умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате сравнительного анализа лучших практик в менеджменте; - умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.
ОВ 43(2)06		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: - основные официальные методические документы, регламентирующие оценочную деятельность и проведение оценочных работ в РК;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила выбора организации-оценщика и документы, регулирующие взаимоотношения между предприятием-заказчиком и оценщиком; - основные методы оценки; - основные виды рисков, связанных с проведением оценочных работ, и способы их снижения <p>Уметь: использовать официальные методические документы, регламентирующие оценочную деятельность и проведение оценочных работ в РК; определять основные виды рисков, связанных с проведением оценочных работ, и способы их снижения</p> <p>Навыки: иметь навыки в основных процедурах сбора и требования к информации, необходимой для оценки стоимости предприятия и его</p>

		<p>бизнес-линий, необходимости и возможности проведения корректировок информации о деятельности предприятия.</p> <p>Компетенции: раскрыть концептуальные основы оценки стоимости имущественного комплекса предприятия; изучение основных методов доходного, затратного и сравнительного подхода к оценке стоимости бизнеса в целом, а также отдельных его активов</p>
EMS 43(2)06		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: состав трудовых и финансовых ресурсов строительной организации; основные фонды и оборотные средства строительных предприятий показатели их использования.</p> <p>Уметь: рассчитать по методике основные, технико-экономические показатели деятельности организации; определять направление менеджмента в соответствии с изменениями влияния внутренней и внешней среды.</p> <p>Навыки: навыками постановки, решения и анализа экономических задач, требующих привлечения знаний в решении практических и организационных вопросов в строительстве. особенностями строительной продукции и ресурсами строительного производства; вопросами финансирования капитального строительства и инвестиционной деятельностью.</p> <p>Компетенции: использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и математического (компьютерного) моделирования, теоретического и экспериментального исследования; - способностью выявить естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности, привлечь их для решения соответствующий физико-математический аппарат</p>
MarUAO 43(2)04		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: теоретические основы и методологию применения маркетинга в сфере автодорожной отрасли; принципы применения маркетингового подхода в управлении деятельностью автодорожных предприятий;</p> <p>Уметь: применять маркетинговые методы при решении автодорожных задач.</p> <p>Навыки: о маркетинге как системе управления производственно-сбытовой деятельностью автодорожной организации, нацеленной на эффективное удовлетворение потребительского спроса, дальнейших перспективах развития маркетингового инструментария в автодорожной отрасли в РК;</p> <p>Компетенции: обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды; - способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений ; - владеть знанием современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению; - умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате сравнительного анализа лучших практик в менеджменте; - умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;

		- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.
PS 22(2)10		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: сущность предпринимательства в строительстве; - механизмы функционирования фирм и предприятий различных организационно-правовых форм, которые являются неотъемлемой частью их профессионального образования и позволит более эффективно принимать решения при осуществлении практической деятельности.</p> <p>Уметь: применять полученные знания для построения эффективной системы создания бизнеса, и обладать компетенцией, необходимой для выработки аргументов и решения проблем в области изучения; - демонстрировать знания и понимание в области предпринимательства, в т.ч. в организации, управления и развития на казахстанских предприятиях; - сообщать информацию, идеи, проблемы и решения специалистам в области предпринимательства и заинтересованным лицам; - осуществлять сбор и интерпретацию теоретической информации и практики предпринимательства, для выработки суждений с учетом социальных, экономических, научных или этических соображений;</p> <p>Навыки: - определения фигуры предпринимателя и его правового статуса - необходимые для продолжения образования с более высокой долей самостоятельности; - организации предпринимательства</p> <p>Компетенции: - в теоретических и методических основах предпринимательства в строительстве; - в процессе организации предпринимательской деятельности и оценки ее эффективности; - в государственных механизмах регулирования и поддержки развития предпринимательства.</p>
PP 22(2)10		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основных источников предпринимательского права, виды и форм предпринимательства, способов защиты прав предпринимателя и потребителя и юридической ответственности предпринимателя.</p> <p>Уметь: применять принципы и нормы, регулирующие предпринимательские отношения на практике, составлять правовые договоры в сфере предпринимательской деятельности</p> <p>Навыки: основными принципами и методами обработки статистических данных.</p> <p>Компетенции: способность неукоснительно соблюдать Конституцию РК, конституционные законы и законы, а также иные нормативные правовые акты, нормы международного права и международных договоров РК. Способность противостоять действиям, наносящим ущерб интересам государства, общества, физических и юридических лиц. Способность сохранять и укреплять доверие общества к юридическому сообществу.</p>
SMarAD O 33(2)05		<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: концептуальные основы стратегического маркетинга;</p> <p>Уметь: применять основные принципы стратегического маркетинга при анализе и решении конкретных экономических ситуаций в автодорожной отрасли;</p>

		<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать эффективные формы маркетинговых стратегий фирм автодорожной отрасли; – навыками практической деятельности в области стратегического маркетинга в автодорожной отрасли; – навыками анализа инновационных процессов в автодорожной отрасли. <p>Компетенции: В методах маркетинговых исследований в области разработки маркетинговых стратегий в автодорожной отрасли.</p>
	EMC 43(2)06	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: состав трудовых и финансовых ресурсов строительной организации; основные фонды и оборотные средства строительных предприятий показатели их использования.</p> <p>Уметь: рассчитать по методике основные, технико-экономические показатели деятельности организации; определять направление менеджмента в соответствии с изменениями влияния внутренней и внешней среды.</p> <p>Навыки: навыками постановки, решения и анализа экономических задач, требующих привлечения знаний в решении практических и организационных вопросов в строительстве. особенностями строительной продукции и ресурсами строительного производства; вопросами финансирования капитального строительства и инвестиционной деятельностью.</p> <p>Компетенции: использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и математического (компьютерного) моделирования, теоретического и экспериментального исследования; - способностью выявить естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности, привлечь их для решения соответствующий физико-математический аппарат</p>
	FKSAO 43(2)07	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: методы, инструменты и специфику организации финансирования и кредитования инвестиционных и инновационных проектов; основные методы и инструменты разработки, принятия и обоснования организационно-управленческих решений в процессе финансирования и кредитования инвестиционных и инновационных проектов;</p> <p>Уметь: руководить коллективом в процессе организации финансирования и кредитования инвестиционных и инновационных проектов, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; принимать и обосновывать организационно-управленческие решения в процессе организации финансирования и кредитования инвестиционных и инновационных проектов;</p> <p>Навыки: навыками руководства коллективом и технологиями организации финансирования и кредитования инвестиционных и инновационных проектов; навыками принятия и обоснования организационно-управленческих решений в процессе организации финансирования и кредитования инвестиционных и инновационных проектов.</p> <p>Компетенции: использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и математического (компьютерного) моделирования, теоретического и экспериментального исследования; - способностью выявить естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности, привлечь их для</p>

		решения соответствующий физико-математический аппарат/
4. Профессиональные компетенции		
ПК	PK(R)Ya 2201	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать применения русского (казахского) языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении;</p> <p>Уметь выражать свое мнение с точки зрения будущего специалиста в области ветеринарии, производить оценку его эффективности на современном этапе;</p> <p>Навыки: Иметь практические навыки квалифицированно вести деловые переговоры и беседы, по использованию передового опыта и прогрессивных методов организации труда;</p> <p>Компетенции: Приобрести правила этики и этикета в профессиональном общении квалифицированно вести деловые переговоры и беседы в области ветеринарии и уметь определять показатели изменения рынка труда, планировать и прогнозировать.</p>
	POIYa 2202	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>знать: - основные приемы перевода терминологических сочетаний; - особенности перевода терминов литературы по специальности; - типы сокращений в языке; - интернациональные слова; - особенности перевода свободных и устойчивых словосочетаний, атрибутивных препозитивных словосочетаний; - особенности и приемы перевода оборотов на основе неличных глагольных форм, модальных глаголов и их эквивалентов, пассивных конструкций; - основные грамматические структуры литературного и разговорного языка.</p> <p>уметь: - понимать основное содержание аутентичных текстов, с выделением основной мысли, опуская второстепенную информацию; - высказываться в пределах изученных профессионально-ориентированных тем, передавать содержание прочитанного, выражать свое мнение и оценку; - делать самостоятельно подготовленные устные сообщения, презентации по проделанной работе или изученной теме, используя при этом источники на родном и изучаемом языке; - реагировать в беседе на профессиональные темы и приводить аргументы; - составлять аннотации к текстам по специальности, передавать содержание печатного текста, выделять основную информацию, производить компрессию текста путем извлечения основной информации; - переводить литературу по специальности с иностранного языка на родной и с родного на иностранный в соответствии с языковыми нормами, пользуясь специализированными терминологическими словарями; - понимать основное содержание учебных и аутентичных профессионально ориентированных текстов в пределах программного материала; - понимать основное содержание лекций, выступлений, бесед в своей профессиональной сфере.</p> <p>владеть: - навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке; - различными навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.</p> <p>быть компетентными в использовании профессиональных терминов на английском языке и в отборе языковых средств при переводе специализированных текстов с использованием и без использования словарей различных профилей.</p>
	ERT 22(2)02	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: владением навыками анализа и мониторинга</p>

		<p>конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике. Уметь: анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в персонале. Навыки: навыками работы с кадровыми агентствами, службами занятости населения Компетенции: владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике.</p>
	<p>PMarAD O 43(2)08</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. знать: методы и стратегию ценообразования; –концепции, принципы и особенности разработки товарной политики; – основные концепции продвижения и распределения идей, товаров; -принципы товароведения средств производства; -критерии выбора торгового предприятия товаропроизводителями; -позиционировать торговые предприятия. уметь: -создавать конкурентные и устойчивые стратегии ценообразования; –устанавливать и разрабатывать эффективную поддержку каналам доведения товаров до рынка; -оптимально организовывать продажу. Иметь навыки: -освоения стратегий и особенностей ценообразования; - формирования профессиональных подходов изучении рынка, оценке перспектив бизнеса и обоснованном выборе маркетинговой стратегии предприятия. Быть компетентным: -в правилах и процедурах маркетинговых исследований; -организовать проведение кабинетных и полевых маркетинговых исследований; -в методах обработки эмпирических данных; -в правилах получения достоверных данных о рынках, товарах, потребителях, поставщиках и конкурентах; -в методах исследования производственно- сбытовых возможностей предприятия.</p>
	<p>EP 22(2)02</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: - основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; - систему взаимосвязанных социально-экономических показателей; -принципы развития и закономерности функционирования организации; - основные бизнес процессы в организации; -формы и методы привлечения финансовых ресурсов и управления ими; - фундаментальные принципы и концепции финансового менеджмента; Уметь: Анализировать экономические явления, процессы и тенденции на макро и микроуровнях и использовать полученные результаты для принятия управленческих решений; Применять информацию о текущем состоянии финансовой и денежно-кредитной системы для принятия управленческих решений; Разрабатывать и обосновывать решения в области товарной, ценовой,</p>

		<p>сбытовой, коммуникативной политики организации;</p> <p>Навыки : Навыками разработки, реализации и оценки финансового плана организации, методами обоснования и принятия финансовых решений</p> <p>Компетенции: Методиками сбора, обработки и анализа статистических данных, навыками комплексного анализа полученных данных, выявления взаимосвязей между показателями;</p>
	МТМ 32(2)14	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные теоретические понятия маркетинга в сфере товаров и услуг; - маркетинговые стратегии предприятий сферы товаров и услуг; - технологии выбора целевого рынка в сфере товаров и услуг.</p> <p>Уметь: определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; проводить исследования рынка - прогнозировать спрос и предложения на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятия сервиса.</p> <p>Навыки: аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; умением проводить маркетинговые исследования; методами разработки и реализации маркетинговых планов и программ.</p> <p>Компетенции: готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства.</p>
	ESF 33(2)05	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сущность экономического стратегического правления. - Влияние среды на стратегию. - Типы стратегии бизнеса. - Сущность стратегического планирования. - Способы взаимодействия человека и организации. - Стратегия конкурентной борьбы. - Основы теории конкурентного преимущества. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять миссию и цели предприятия. - Анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия. - Определять стратегические и краткосрочные цели развития организации. - Прогнозировать тенденции развития предприятия. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методами анализа среды. - Методом позиционирования. - Методом составления профиля среды. - Методами выбора стратегии развития предприятия. - Методами разработки и реализации стратегических планов. <p>Компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сущность экономического стратегического правления. - Влияние среды на стратегию. - Типы стратегии бизнеса. - Сущность стратегического планирования. - Способы взаимодействия человека и организации.

		<ul style="list-style-type: none"> - Стратегия конкурентной борьбы. - Основы теории конкурентного преимущества. - Определять миссию и цели предприятия. <p>Анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия.</p>
	ОР 42(2)16	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: типовые способы и методы организации современного производства, организацию производственных процессов, производственной инфраструктуры, организацию планирования и управления технической подготовкой производства.</p> <p>Уметь: систематизировать и моделировать организационные процессы, происходящие на предприятии, определять влияние различных факторов, выявлять резервы повышения эффективности производства.</p> <p>Навыки: решения организационных задач и производственных ситуаций в рыночных условиях.</p> <p>Компетенции: студент должен знать методологию организации основных и вспомогательных производственных процессов, глубоко понимать сущность организационных явлений и процессов, происходящих на предприятии, уметь их анализировать и систематизировать.</p>
	RUR 42(2)16	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные категории, закономерности принципы и методы разработки, принятия и оценки эффективности управленческих решений;</p> <p>Уметь: анализировать состояние внутренней и внешней среды объекта управления, своевременно выявлять и формулировать проблемы, определять цели управления, осуществлять разработку, принятие, доведение до исполнителей и контроль исполнения решений;</p> <p>Навыки: навыками сбора и количественной оценки социально-экономической информации, навыками установления контактов с персоналом организации и коллективной работы при обсуждении проблемы и выработке вариантов ее решения, навыками мотивации и инструктирования исполнителей управленческих решений;</p> <p>Компетенции: в стратегических преимуществах и недостатках различных организационных структур управления, о стратегических ресурсах производственной системы</p>
	РР 32(2)12	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы и практические инструменты регулирования поведения потребителей на рынке; - основные модели поведения потребителей на рынке. <p>Уметь: - ориентироваться в системе законодательных и нормативно-правовых актов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать теоретические знания о моделях поведения потребителей на рынке, референтных группах и т.п. в межличностном общении и профессиональной деятельности. <p>Навыки: - навыками выражения своего аргументированного мнения в межличностном и профессиональном общении.</p> <p>Компетенции: В результате изучения студент должен: знать: типологию потребителей, мотивацию принятия решений о покупке;</p>

		<p>- изучить основные элементы маркетинга; уметь: исследовать и анализировать потребителей, с учетом их потребностей, предпочтений, вкусов; владеть: навыками выявления мотиваций и предпочтений потребителей, моделирования их поведения.</p>
	ОР 32(2)12	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: - теоретические основы и практические инструменты организацию поведения потребителей на рынке; - основные модели поведения потребителей на рынке. Уметь: проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры. Навыки: владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций. Компетенции: способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач.</p>
	MOSD 32(2)14	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: - особенности маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; Уметь: - оценить роль маркетинга в принятии обоснованных коммерческих решений, в создании условий для максимального приспособления производства, ассортимента и качества продукции к требованиям рынка, структуре и динамике потребностей и спроса; - анализировать и прогнозировать развитие рынков; - анализировать внешнюю и внутреннюю среды организации; - определять рыночные сегменты; Навыки: - принятия решений по важнейшим проблемам маркетинга в конкретной отраслях и сферах деятельности;; - способами формирования комплекса маркетинга, - специфическими особенностями управления маркетингом в отраслях и сферах деятельности.- выявлять основные рыночные проблемы, характерные для определенной отрасли или сферы деятельности и активно воздействовать на рынок и потребителей с целью формирования желаемого уровня спроса. Компетенции: - готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину; - способность находить организационно- управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность ; - способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений; - владеть знанием современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению; - умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате сравнительного анализа лучших практик в менеджменте; - умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности .
5. Готовность смены социальных, экономических, профессиональных ролей, географической и социальной мобильности		
ГСЭМ	ММ 23(2)03	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы эволюции управленческой мысли и маркетинговых концепций; методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной маркетинговой деятельностью организаций; методики анализа внешней маркетинговой среды. <p>Уметь: собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности и прочих отечественных и зарубежных источниках.</p> <p>Навыки: одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность;</p> <p>навыками делового общения в интернациональной среде: вести переговоры, проводить совещания, использовать электронные коммуникации.</p> <p>Компетенции: способен проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия маркетинговых управленческих решений.</p>
	AUZO 32(2)09	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные этапы эволюции управленческой мысли и маркетинговых концепций;</p> <p>методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной маркетинговой деятельностью организаций;</p> <p>методики анализа внешней маркетинговой среды.</p> <p>Уметь: собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности и прочих отечественных и зарубежных источниках.</p> <p>Навыки: одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность;</p> <p>навыками делового общения в интернациональной среде: вести переговоры, проводить совещания, использовать электронные коммуникации.</p> <p>Компетенции: способен проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия маркетинговых управленческих решений. Дисциплина «Анализ и управление затратами в отраслях» призвана формировать у студентов</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, принципы и методы анализа и управления затратами в отраслях экономики, в частности дорожно-строительных организаций; - основные приемы и способы анализа системы управления затратами в

		<p>отраслях экономики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию и классификацию видов анализа затрат в отраслях экономики на примере автодорожно-строительных организаций; - зарубежный опыт информационного и методического обеспечения системного анализа затрат в автодорожной и строительных отраслях экономики Казахстана на основе применения моделей «директ-костинг» и «стандарт-костинг».
	<p>UDSO 32(2)09</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные организационные формы производственных предприятий: создание и порядок их регистрации; формы специализации; - основные принципы организации производственных процессов в строительстве; - экономические характеристики дорожно-строительного производства; - производственный цикл, расчеты продолжительности производственного цикла; - основы организации технической и технологической подготовки дорожно-строительного производства; - основы организации научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы; освоения, новой техники; организации контроля качества выпускаемой продукции; - принципы, содержание и организацию внутрифирменного планирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить расчет важнейших технико-экономических показателей, определять капитальные вложения, первоначальную и амортизационную стоимость основных активов, калькулировать себестоимость работ; - анализировать факторы, обуславливающие принятые инженерные решения; - определять себестоимость работ и услуг, эффективность реконструктивных мероприятий; - составлять план и рассчитывать затраты. - использовать ситуационный подход к решению проблем организации. - использовать методы выбора стратегии развития предприятия, методы разработки и реализации стратегических планов. - представлять итоги проделанной работы в виде отчетов. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - по выполнению расчетов экономической эффективности, себестоимости, ценообразования, рентабельности дорожно-строительной организации; - по разработке производственного процесса. <p>Компетенции:</p> <p>Способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-11).</p> <p>Владение навыками контроля за использованием рабочего времени (ПК-53).</p> <p>Знания принципов и основ формирования системы мотивации и стимулирования персонала, в том числе оплаты труда, и умению применять их на практике (ПК-17).</p> <p>Знания и умения применять на практике методы оценки эффективности системы материального и нематериального стимулирования в</p>

		организации (ПК-56).
	ОРО 32(2)11	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать - сущность и содержание законодательных и нормативных правовых актов, регламентирующих производственно-хозяйственную в различных сферах деятельности предприятия;</p> <p>Уметь разрабатывать бизнес планы предприятий</p> <p>Навыки планирования текущей деятельности и развития малых предприятий; проведения комплексного анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности малых предприятий</p> <p>Компетенции: вырабатывать практические меры стабильной работы на рынках отрасли; владеть навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области экономики отраслей.</p>
	PDSO 32(2)11	<p>Знать: основные принципы проектирования дорожно-строительного генерального плана отдельного объекта; основные принципы построения календарного плана застраиваемого объекта (здания и сооружения); как поставить геодезическую службу на объекте; как контролировать качество строительства объектов – здании, сооружений, специальных инженерных сооружений; основы поточного строительства на примере ряда жилищно-гражданского строительства; организация безопасного выполнения строительных-монтажных работ на строительной площадке.</p> <p>Уметь: строить календарный план строительства объекта; производить расчеты потребности на стройплощадке: вода, энергии, тепла, сжатого воздуха и т.п.; строить циклограммы, график поточного строительства.</p> <p>Владеть: современные методы расчета проектирования дорожно-строительного генерального плана, построение календарного плана дорожно-строительства объекта, построение графиков: потребности на объекте рабочих сил, материалов, деталей, конструкций. расчетами: потребностей дорожно строительных машин, механизмов, оснащенностью объекта механовооружением.</p> <p>Компетенции: Владение методами календарного планирования дорожно-строительных процессов, подготовки исполнительной документации, контроля качества строительного производства.</p>
	BUA2207	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: основные принципы бухгалтерского учета и базовые общепринятые правила ведения бухгалтерского учета активов, обязательств и собственного капитала банка;</p> <ul style="list-style-type: none"> -нормативные документы, регламентирующие организацию и методологию бухгалтерского учета, налогообложения и аудита в кредитных организациях; - основные принципы и правила ведения бухгалтерского учета активов, обязательств и собственного капитала банка; - систему сбора, обработки, подготовки информации финансового и управленческого характера; - задачи, решаемые бухгалтерами в процессе формирования учетной информации для характеристики состояния и изменений основного и боротного капитала, собственных и заемных источников средств, движение финансовых потоков. <p>Уметь: использовать систему знаний о принципах бухгалтерского учета для разработки и обоснования учетной политики банка;</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать применительно к конкретной ситуации вопросы оценки, учетной регистрации и накопления информации финансового характера с целью последующего ее представления в финансовых отчетах и

		<p>использования в процессе принятия управленческих решений; Владеть: приемами и технологией обобщения информации в рамках автономной или интегрированной систем бухгалтерского учета в банках в соответствии с целями и задачами менеджмента; - методами и методикой раскрытия информации управленческого характера во внутренней отчетности центров ответственности банка, обеспечивая взаимосвязь с показателями индивидуальной бухгалтерской (финансовой) отчетности; - навыками извлечения необходимой информации для выработки системного целостного взгляда на проблему. Компетенции: способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; - способностью свободно ориентироваться в правовой системе РК; - умением правильно применять нормы права; - умением применять количественные и качественные методы анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти РК, предприятий и учреждений.</p>
	<p>Log 33(2)01</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента. Знать: Цели, задачи, объект и предмет логистики, основные понятия, которыми оперирует логистика 4 • Специфику применения инструментария логистики к управлению потоками и потоковыми процессами организации; • Ключевые вопросы и процедуру разработки логистической стратегии предприятия; • Инструментарий логистического управления функциональной областью снабжения и распределения организации; • Основные базовые системы управления запасами в организации; • Инструментарий логистического управления на складе организации; • Современные технологии управления информационными потоками. Уметь: Использовать знания концептуальных основ логистики для разработки эффективной логистической стратегии деятельности организации; • Использовать инструментарий логистики в области управления снабжением и распределением; • Применять знания и решать задачи в области управления запасами с использованием различных моделей контроля состояния запасов; • Оценивать эффективность и разрабатывать логистический процесс на складе организации. Навыки: Принципами логистического подхода к управлению потоками и потоковыми процессами; • Методами логистического управления процессами снабжения и распределения; • Инструментарием логистики в области управления запасами и складированием Компетенции: • владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; • способностью к экономическому образу мышления;</p>
	<p>FKI</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p>

43(2)07	<p>Знать: понятие, значение и место в деятельности коммерческих банков таких экономических категорий, как инвестиции инвестиционная деятельность, источники финансирования инвестиционной деятельности, инвестиционный проект и др.; знать особенности организации и законодательную основу осуществления инвестиционной деятельности в РК; особенности использования средств бюджета и кредитных ресурсов.</p> <p>Уметь: анализировать статистические материалы; анализировать периодическую литературу по вопросам состояния и отдельным проблемам инвестиционной сферы; рассчитывать для клиента и для банка приведенную стоимость денежных потоков, генерируемых инвестиционным проектом, определять показатели кредитоспособности заемщика при предоставлении ипотечного кредита; составлять бизнес-план инвестиционного проекта.</p> <p>Навыки: владения основными принципами и методами финансовыми инструментами, применять на практике теоретические знания в разных аспектах инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов, выявлять тенденции привлечения заемных источников финансирования и кредитования инвестиций, определять показатели кредитоспособности заемщика.</p> <p>Компетенции: быть способным выполнять профессиональные обязанности по осуществлению текущей финансово-экономической деятельности хозяйствующих субъектов.</p>
MarA 43(2)08	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: процесс маркетингового анализа, его основные этапы и процедуры;</p> <p>Уметь: выявлять проблемы, формулировать цели, задачи и определять способы сбора необходимой информации;</p> <p>Навыки: навыками проведения маркетингового анализа;</p> <p>Компетенции: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами.</p>
ОЕА 32(2)08	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: Студенты должны овладеть профессиональными знаниями в области организации аналитических работ, знать теоретические и практические основы разработки методики отраслевого экономического анализа, в частности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и содержание отраслевого экономического анализа, его место в системе управления предприятием; - основные приемы и методы экономического анализа; - типологию и классификацию видов экономического анализа, его информационное обеспечение. <p>Уметь: Самостоятельно собирать данные о деятельности хозяйствующих субъектов; составлять аналитические обзорные отчеты; проводить анализ финансовой отчетности в отраслях, промышленности, строительства и транспорта; провести экономический анализ на предприятии и основных его структурных подразделениях; оценить производственный потенциал предприятия и его использование; применять результаты факторного анализа в целях обоснования управленческих решений; определить финансовое состояние предприятия и тенденции его развития; составлять аналитические обзорные отчеты; проводить анализ финансовой отчетности в отраслях, промышленности, строительства и транспорта.</p>

		<p>Навыки: Иметь навыки проведения внешнего и внутреннего анализа, формировать и использовать оперативную, квартальную и годовую отчетность избранной для исследований отраслей промышленности, строительства, в частности автодорожной отрасли и промышленности строительных материалов.</p> <p>Компетенции: Быть компетентным в вопросах, касающихся экономического анализа, всех аспектов финансово-хозяйственной деятельности конкретного предприятия; владения методами и способами использования экономического анализа в процессе управления предприятием; в результате изучения данного курса студенты должны получить теоретические знания и практические навыки по подготовке информации для проведения отраслевого экономического анализа, формировать и использовать оперативную, квартальную и годовую отчетность дорожно-строительных и автотранспортных организациях.</p>
	<p>EADSO 32(2)08</p>	<p>Характеристика уровней формирования компетенций у студента.</p> <p>Знать: Дисциплина «Экономический анализ в дорожно-строительных организациях» призвана формировать у студентов</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и содержание экономического анализа, его место в системе управления дорожно-строительными организациями; - основные приемы и методы экономического анализа; - типологию и классификацию видов экономического анализа, его информационное обеспечение. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести экономический анализ на предприятии и основных его структурных подразделениях; - оценить производственный потенциал предприятия и его использование; - применять результаты факторного анализа в целях обоснования управленческих решений; - определить финансовое состояние предприятия и тенденции его развития. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решения микроэкономических задач графическим и аналитическим способами; - методами и способами использования экономического анализа в процессе управления предприятием. <p>Компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в вопросах, касающихся экономического анализа, всех аспектов финансово-хозяйственной деятельности конкретного предприятия; владения методами и способами использования экономического анализа в процессе управления предприятием.