

ALIKHAN BOKEIKHAN UNIVERSITY

Факультет информационных технологий и экономики

Кафедра «Бизнес и управление»

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

7М04115 Экономика

(шифр, наименование ОП)

год поступления – 2024

Семей, 2024 г.

Рассмотрено и одобрено на заседании Учебно-методического Совета факультета
Протокол № 4 от 15.03.2024 год

Председатель УМС факультета _____ Шойбакова Е.О.

Утверждено на заседании Учебно-методического Совета университета
Протокол № 5 от 28.05.2024 год

Председатель УМС университета _____ Карыкбасова К.С.



Присуждаемая степень: магистр бизнеса и управления по образовательной программе

7М04115 Экономика
(шифр, наименование ОП)

№ курса по выбору	Наименование дисциплины	Кол-во кредитов	Пререквизиты	Постреквизиты	Краткое описание с указанием краткого содержания и ожидаемых результатов изучения (знания, умения, навыки, компетенции)
Базовые дисциплины					
Компоненты по выбору (КВ)					
Модуль 1- Инновации и оценка в экономике					
1	Инновации в экономике	4	дисциплины бакалавриата	Стратегический менеджмент/ Стратегический маркетинг Маркетинговые исследования / Экономический анализ фирмы	<p>Краткое содержание дисциплины: Основы инновационной деятельности. Теории инновации и ее современные концепции. Тенденции мирового технологического развития. Государственное регулирование инновационным развитием. Стратегия инновационно - технологического развития РК. Венчурный инновационный бизнес. Рынок интеллектуальной собственности. Региональные аспекты технологического развития.</p> <p>Ожидаемый результат: Знания: как разрабатываются и внедряются инновации в производство. Умения: анализировать поведение хозяйствующих субъектов различных инновационных типов на рынке в изменяющейся внешней среде; анализировать и оценивать эффективность инновационных проектов; выбирать современные формы организации инновационной деятельности на основе маркетинговых исследований Навыки: оценки эффективности, уровня наукоемкости новых технологий, а также по финансированию отдельных этапов инновационной деятельности (о венчурном финансировании); использовать в практической деятельности новые умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ на основе знания мировых тенденций развития информационных технологий Компетенции: специальные</p>
1	Управление проектами	4	дисциплины бакалавриата	Стратегический менеджмент/ Стратегический маркетинг Маркетинговые исследования / Экономический анализ фирмы	<p>Краткое содержание дисциплины: Курс раскрывает природу управления в проектами, а также специальную технику необходимую для управления проектами. Рассматривает все фазы управления проектами, роль проект менеджера, проблемы разнородных проектов, также поведенческие и количественные аспекты управления проектами, Управление персоналом и коммуникациями проекта, классификации проектов, современные программные средства и информационные технологии, используемые в управлении проектами</p> <p>Ожидаемые результаты:</p>

					<p>Знания: концепции организационного развития; основы разработки и реализации программ организационного развития и изменений; задачи и этапы разработки кадровой политики, условия её эффективной реализации; основные методы управления проектной деятельностью.</p> <p>Умение: проводить количественное прогнозирование и моделирование бизнес-процессов; применить на практике полученные знания теории управления организационными изменениями и развитием; анализировать и оценивать эффективность инновационных проектов; выбирать современные формы организации инновационной деятельности на основе маркетинговых исследований.</p> <p>Навыки: способностью управлять подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; навыками решения комплекса экономических задач и проведения вариантных расчетов при выборе управленческих решений при управлении проектами; использовать в практической деятельности новые умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ на основе знания мировых тенденций развития информационных технологий.</p> <p>Компетенции: специальные.</p>
Профилирующие дисциплины					
Компоненты по выбору (КВ)					
Модуль 1 - Инновации и оценка в экономике					
1	Современные тенденции в бизнесе	5	дисциплины бакалавриата	<p>Маркетинговые исследования / Экономический анализ фирмы</p> <p>Краткое содержание: Научно-технические инновации: содержание и виды инновации в бизнесе. Факторы, влияющие на инновационную активность. Современные формы организации инновационной деятельности. Основные организационные формы в крупномасштабном бизнесе. Стратегия промышленных предприятий в сфере исследований и разработок. Комплексная подготовка производства. Производственный процесс: его структура и принципы организации.</p> <p>Ожидаемый результат:</p> <p>Знания: сущность бизнеса и этапы его развития; современное состояние бизнеса в странах с развитой экономикой.</p> <p>Умения: анализировать экономические явления и процессы, происходящие на предприятии, их взаимосвязь и взаимозависимость; факторы, влияющие на инновационную активность; сравнивать виды стоимости и основные принципы оценки бизнеса (предприятия); уметь делать оценку рыночной стоимости бизнеса или предприятия; разрабатывать стратегии развития предприятий; оценить навыки системного подхода к управлению; рекомендовать на основе проведенного экономического анализа деятельности пути её улучшения; сравнивать основные подходы ведения бизнеса в</p>	

					<p>современных условиях.</p> <p>Навыки: составлять модель современного бизнеса, целостное представление о характерных чертах современного бизнеса и его основных формах; проводить научные и маркетинговые исследования</p> <p>необходимые для написания проекта, в дальнейшей практической деятельности и при обучении в докторантуре</p> <p>Компетенции: специальные</p>
1	Оценка бизнеса	5	дисциплины бакалавриата	<p>Маркетинговые исследования / Экономический анализ фирмы</p> <p>Краткое содержание: Современное понимание оценки бизнеса: предмет, цели, подходы. Виды стоимости и основные принципы оценки бизнеса (предприятия). Формирование информационной базы для определения оценки бизнеса (предприятия). Процедура оценки. Затратный подход к оценке бизнеса (предприятия). Доходный подход к оценке бизнеса (предприятия). Сравнительный подход к оценке бизнеса (предприятия). Оценка финансового состояния предприятия.</p> <p>Ожидаемый результат: Знания: знать терминологию оценки стоимости; сущность, цели и принципы оценки стоимости в условиях формирования рыночных отношений; временную оценку денег; основные методологические принципы оценки, количественные и качественные показатели оценочной деятельности, методы оценки стоимости; кодекс этики оценщика.</p> <p>Умения: разбираться в системе экономической информации, внешней и внутренней среде деятельности субъектов хозяйствования; представлять себе в комплексе экономический механизм оценки имущественных прав, связанных с оцениваемым активом, для различных целей: инвестирования, ликвидации предприятий и т.д.; самостоятельно разрабатывать алгоритм построения оценок; разбираться в особенностях оценки материальных и нематериальных активов; выполнять экономические расчеты и оценки, составлять отчеты по оценке; анализировать экономические явления и процессы, происходящие на предприятии, их взаимосвязь и взаимозависимость; факторы, влияющие на инновационную активность; сравнивать виды стоимости и основные принципы оценки бизнеса (предприятия); уметь делать оценку рыночной стоимости бизнеса или предприятия; разрабатывать стратегии развития предприятий</p> <p>Навыки: сбор, анализ и корректировка информации, необходимой для оценки, навыки оценки бизнеса различными методами, а также применения передового зарубежного опыта для решения задач, стоящих перед хозяйствующими субъектами РК; оценить навыки системного подхода к управлению; рекомендовать на основе проведенного экономического анализа деятельности пути её улучшения; сравнивать</p>	

					основные подходы ведения бизнеса в современных условиях; проведения научных и маркетинговых исследований необходимые для написания проекта, в дальнейшей практической деятельности и при обучении в докторантуре. Компетенции: специальные
M2- Экономико - управленческий модуль					
2	Стратегический менеджмент	5	Инновации в экономике/ Управление проектами	Производственная практика Написание магистерского проекта	<p>Краткое содержание: Сущность стратегического менеджмента. Макроэкономический и микроэкономический характер стратегического менеджмента. Основные функции стратегического менеджмента. Методы стратегического менеджмента. Влияние стратегического менеджмента на конечные финансовые результаты деятельности предприятий. Стратегическое управление трудовыми ресурсами организации. Реализация стратегий управления персоналом организации.</p> <p>Ожидаемые результаты: Знания: об основных школах стратегического менеджмента; эволюции подходов к процессу разработки стратегии развития предприятия; содержании и принципах проведения стратегического анализа; классификацию стратегий развития предприятий.</p> <p>Умения: проводить стратегический анализ среды функционирования организации; оценивать конкурентоспособность предприятий; обосновывать выбор стратегии деятельности организации; владеть приемами реализации стратегии развития предприятия; изложить современное понимание ведения бизнеса; рассмотреть стратегию современного предприятия в сфере исследований и разработок; рассматривать различные стратегии предприятия; уметь принимать управленческие решения в стратегическом управлении компанией; анализировать экономические явления и процессы, происходящие на предприятии, их взаимосвязь и взаимозависимость; факторы, влияющие на инновационную активность; сравнивать виды стоимости и основные принципы оценки бизнеса (предприятия); уметь делать оценку рыночной стоимости бизнеса или предприятия; разрабатывать стратегии развития предприятий</p> <p>Навыки: владеть методами анализа среды функционирования предприятия; методическими основами оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов; приемами использования моделей стратегического выбора; методами стратегического управления; методологией реализации стратегии ; проведения научных и маркетинговых исследований необходимые для написания проекта, в дальнейшей практической деятельности и при обучении в докторантуре Компетенции: специальные</p>

2	Стратегический маркетинг	5	Инновации в экономике/ Управление проектами	Производственная практика Написание магистерского проекта	<p>Краткое содержание: курс направлен на изучение сущности, роли, содержания и структуры стратегического маркетинга; стратегический анализ маркетинговой деятельности; формирование миссии и целей организации. В ходе изучения дисциплины рассматриваются содержание стратегической эффективности, анализа микросреды, основных направлений изменений внешней среды, основные экономические показатели, движущие силы отрасли</p> <p>Ожидаемые результаты: Знания: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии. Умения: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; изложить современное понимание ведения бизнеса; рассмотреть стратегию современного предприятия в сфере исследований и разработок; рассматривать различные стратегии предприятия; уметь принимать управленческие решения в стратегическом управлении компанией Навыки: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа представления результатов маркетинговых исследований; использовать в практической деятельности новые умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ на основе знания мировых тенденций развития информационных технологий; проведения научных и маркетинговых исследований необходимые для написания проекта, в дальнейшей практической деятельности и при обучении в докторантуре Компетенции: специальные</p>
М3- Экономико - управленческий модуль					
3	Маркетинговые исследования	5	Современные тенденции в бизнесе/ Оценка бизнеса	Написание магистерского проекта	<p>Краткое содержание: Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Определение проблемы, целей и задач исследования. Формы исследования. Разработка плана исследования. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований. Методы сбора данных. Формы сбора данных. Определение объема и процедуры выборки. Организация сбора данных. Анализ данных. Прогнозирование спроса.</p> <p>Ожидаемые результаты: Знания: принципы и инструменты маркетинговых исследований; методы сбора, обработки, анализа и предоставления информации, необходимой для принятия управленческих решений; методы планирования и контроля проведения</p>

				<p>маркетинговых исследований и эффективного анализа рынка и потребительского поведения.</p> <p>Умения: применять на практике теоретические знания в области маркетинговых исследований; разрабатывать план маркетингового исследования; проводить сбор информации и оценивать качество полученных данных; проводить обработку и анализ полученных данных; составлять отчет по результатам проведенного исследования; анализировать экономические явления и процессы, происходящие на предприятии, их взаимосвязь и взаимозависимость; факторы, влияющие на инновационную активность; сравнивать виды стоимости и основные принципы оценки бизнеса (предприятия); делать оценку рыночной стоимости бизнеса или предприятия; разрабатывать стратегии развития предприятий; анализировать и оценивать эффективность инновационных проектов: выбирать современные формы организации инновационной деятельности на основе маркетинговых исследований, проводить мониторинга маркетинговых процессов и расходов</p> <p>Навыки: проведения маркетинговых исследований; проведения научных и маркетинговых исследований</p> <p>участвовать в принятии стратегических решений предприятия, проведения анализ данных и прогнозирование спроса, необходимые для написания проекта, в дальнейшей практической деятельности и при обучении в докторантуре</p> <p>Компетенции: специальные</p>
3	Экономический анализ фирмы	5	<p>Современные тенденции в бизнесе/</p> <p>Оценка бизнеса</p>	<p>Написание магистерского проекта</p> <p>Краткое содержание: Теоретические основы курса. Маркетинговый анализ. Анализ и управление объемом производства и продаж. Анализ и управление затратами и себестоимостью производства и реализации. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия. Анализ финансового состояния коммерческой организации.</p> <p>Ожидаемый результат:</p> <p>Знания: общие понятия и определения стратегического менеджмента; методы проведения стратегического анализа внешней среды и предприятия; модели стратегического выбора; методы и инструменты управленческого анализа; подходы к формированию и оценке стратегических альтернатив.</p> <p>Умения: применять на практике методы и модели стратегического управления; анализировать конкретные ситуации и разрабатывать стратегии; проводить стратегический анализ позиции компании в хозяйственной среде; находить, отбирать и обобщать информацию необходимую для анализа; объяснить специфику экономической безопасности; анализировать возможные риски деятельности предприятия; анализировать деятельность предприятия на основе обработки информации при помощи методов экономического анализа; применять изученные модели и</p>

				<p>инструментарий в процессе разработки стратегических решений в организационном контексте; эффективно работать в группах и представлять результаты аналитической работы.</p> <p>Навыки: способностью к работе в условиях большого объема неструктурированной информации; способностью к видению перспектив, восприятию нового и выдвижению оригинальных идей; умением работать в команде и выстраивать отношения с коллегами на основе уважения и доверия; оценить навыки системного подхода к управлению; рекомендовать на основе проведенного экономического анализа деятельности пути её улучшения; сравнивать основные подходы ведения бизнеса в современных условиях; проведения научных и маркетинговых исследований необходимые для написания проекта, в дальнейшей практической деятельности и при обучении в докторантуре</p> <p>Компетенции: специальные</p>
--	--	--	--	---

ПЕРЕЧЕНЬ
компонентов по выбору
для образовательной программы
7М04115 Экономика
(шифр, наименование ОП)

Срок обучения 1 год
Форма обучения очное

Год поступления: 2024

№	Наименование дисциплины	Код дисциплины	Кол-во кредитов	Семестр
Базовые дисциплины				
	Компонент по выбору 1			
1	Инновации в экономике	IE 5204	4	1
2	Управление проектами	UP 5204	4	1
Профилирующие дисциплины				
	Компонент по выбору 1			
1	Современные тенденции в бизнесе	STB 5303	5	1
2	Оценка бизнеса	OB 5303	5	1
	Компонент по выбору 2			
3	Стратегический менеджмент	SM 5304	5	2
4	Стратегический маркетинг	SM 5304	5	2
	Компонент по выбору 3			
5	Маркетинговые исследования	MI 5305	5	2
6	Экономический анализ фирмы	EAF 5305	5	2