

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



АКТЮБИНСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ К.ЖУБАНОВА

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ МОДУЛЕЙ
2025-2026 УЧЕБНЫЙ ГОД

(ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»)



АКТОБЕ, 2025

Образовательная программа 7М04108 - ДЕЛОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ
(научно-педагогическое направление, 2 года)

Год поступления 2024

Цикл/ компонент	Коды дисциплины	Наименование дисциплины	Семестр	Кредиты РК/ ECTS
Модуль 4.1 - Подходы в управлении компанией (20 академических кредитов)				
БД КВ	OUR 6209	Оптимизация управленческих решений	3	5
ПД КВ	LB 6302	Лидерство в бизнесе	3	5
ПД КВ	CM 6303	Цифровой маркетинг	3	5
ПД КВ	SBM 6304	Стратегический бренд-менеджмент	3	5
Модуль 4.2 - Функциональные аспекты бизнеса (20 академических кредитов)				
БД КВ	UI 6209	Управление изменениями	3	5
ПД КВ	KKM 6302	Кросс-культурный менеджмент	3	5
ПД КВ	Bg 6303	Брендинг	3	5
ПД КВ	OU 6304	Операционное управление	3	5
Модуль 5 - Практика и ЭИРМ (28 академических кредита(-ов))				
	EIRM	Экспериментально-исследовательская работа	3,4	20
ПД	PP	Производственная практика	4	8

Модуль 4.1 - Подходы в управлении компанией (20 академических кредитов)

1

Дублинские дескрипторы:	(A, B, C, D, E)
Наименование дисциплины:	Оптимизация управленческих решений
Код дисциплин:	OUR 6209
Количество кредитов:	5

Курс:	2
Автор программы:	Атаниязов Ж.
Цель изучения курса:	Формирование у магистрантов совокупности теоретических знаний и практических навыков разработки, принятия и реализации управленческих решений; выработка у них общего научного подхода к эффективному применению оптимизации управленческих решений в практической деятельности на предприятии.
Краткое содержание дисциплины	В рамках освоения данного курса у магистрантов должен сформироваться комплекс углубленных теоретических знаний и практических навыков по разработке оптимальных решений, их принятию и реализации в управлении различными процессами в организации. Содержание курса включает также изучение и навыки применения нелинейных методов, теории игр и других методов по оптимизации управленческих решений
Пререквизиты:	Стратегический менеджмент, Новые управленческие технологии
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) применение технологий выработки рациональных управленческих решений в условиях определенности и неопределенности; В) разработка обоснованных управленческих решений с помощью средств ИКТ; С) владение навыками творческого мышления, необходимого для выбора лучших вариантов управленческих решений; Д) оценка эффективности и контроль качества принимаемых управленческих решений; Е) нахождение оптимального выхода в решении профессиональных проблем исполнительного и управленческого характера.

2

Дублинские дескрипторы:	(А, В, С, D, Е)
Наименование дисциплины:	Лидерство в бизнесе
Код дисциплин:	LB 6302
Количество кредитов:	5

Курс:	2
Автор программы:	Дуйсенбаева Б.Б.
Цель изучения курса:	Формирование у магистрантов комплекса знаний о психологическом содержании и структуре управленческой деятельности, психологических особенностях личности руководителя и психологических закономерностях совместной деятельности людей по достижению организационных целей; практические навыки психологического сопровождения управленческой деятельности в различных сферах и отраслях экономики.
Краткое содержание дисциплины	Освоение данного курса позволит сформировать у магистрантов углубленные знания по базовым и современным теориям лидерства, традиционному и ситуационному подходу к лидерству и его социально-психологическим основам. Содержание данной дисциплины предусматривает также приобретение магистрантами навыков создания лидерского имиджа, формирования лидерских качеств предпринимателя, их развития и совершенствования
Пререквизиты:	Менеджмент, Стратегический менеджмент
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) умеет выбирать и использовать стиль лидерства, адекватный ситуации, форму подготовки и принятия управленческих решений; планировать работу в бизнесе. В) владеет навыками выбора стратегии деловой коммуникации, профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей бизнеса, в том числе с использованием современных средств коммуникации; С) владеет навыками использования технологий делового взаимодействия в управленческой практике для достижения целей бизнеса; Д) имеет навыки работы в команде и выстраивании отношений с коллегами на основе уважения и доверия. Е) способен проводить оценку эффективности использования времени и других ресурсов для достижения поставленных целей.

Дублинские дескрипторы:	(A, B, C, D, E)
Наименование дисциплины:	Цифровой маркетинг
Код дисциплин:	СМ 6303
Количество кредитов:	5
Курс:	2
Автор программы:	Кунуркульжаева Г.Т.
Цель изучения курса:	Формирование комплекса системных знаний и практических навыков, необходимых для эффективного применения цифровых технологий в различных маркетинговых процессах.
Краткое содержание дисциплины	Цифровой маркетинг обеспечивает взаимодействие с клиентами и бизнес-приложениями на основе цифровых технологий. Данный курс формируется по ключевым словам маркетинговой дисциплины, как стратегия, бренд-менеджмент, этика, эффективность, исследования, сегментация, активация и с дополнительным акцентом на осуществление этих навыков посредством технологии в цифровом мире
Пререквизиты:	Новые управленческие технологии, Управление бизнес-процессами
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) демонстрирует умение вести обмен деловой информацией, полученной из электронных и печатных источников для решения стандартных коммуникативных задач; В) Умеет разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); С) Умеет разрабатывать и организовывать рекламную кампанию; использовать в работе инструменты прямого маркетинга; Д) способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании; Е) способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации.

Дублинские дескрипторы:	(A, B, C, D, E)
Наименование дисциплины:	Стратегический бренд-менеджмент
Код дисциплин:	SBM 6304
Количество кредитов:	5
Курс:	2
Автор программы:	Кунуркульжаева Г.Т.
Цель изучения курса:	Формирование у магистрантов системное представление о теоретических аспектах бренд-менеджмента, о процессе разработки конкурентоспособных торговых марок с учетом бизнес-стратегий компании.
Краткое содержание дисциплины	Освоение данного курса позволит сформировать у магистрантов системное представление о теоретических аспектах бренд-менеджмента, о разработке конкурентно способных торговых марок с учетом бизнес-стратегий компании. Содержание данной дисциплины включает также определение позиционирования и идентичности торговых марок, управление их развитием с учетом маркетинговых стратегий; формирование, проведение аудита и оптимизацию портфелей брендов фирмы
Пререквизиты:	Стратегический менеджмент, Проектный менеджмент
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) способен генерировать принципиально новые идеи и продукты, обладая креативностью, инициативностью; В) имеет навыки позиционирования бренда, создания архитектуры брендов; С) способен применять методы и технологию стратегического управления брендингом; инструменты продвижения бренда; Д) способен планировать и организовывать деятельность по управлению брендингом; Е) владеет навыками формирования бренд-менеджмента предприятия.

Модуль 4.2 - Функциональные аспекты бизнеса (20 академических кредитов)

1Дублинские дескрипторы:	(А, В, С, D, E)
Наименование дисциплины:	Кросс-культурный менеджмент
Код дисциплин:	ККМ 6302
Количество кредитов:	5
Курс:	2
Автор программы:	Дуйсенбаева Б.Б.
Цель изучения курса:	Формирование у магистрантов комплекса знаний и навыков в области кросс-культурных отношений и повышения эффективности процесса управления с учетом национально-культурных особенностей поведения работников и территориальной специфики места их проживания.
Краткое содержание дисциплины	В рамках изучения данного курса происходит формирование у магистрантов системного представления и комплекса углубленных знаний по теоретико-методологическим основам кросс-культурного менеджмента, межкультурного взаимодействия в организации. В содержание дисциплины входит изучение различных культур, исследование поведения работников из одной организации, но представляющих разные культуры. Также в ходе освоения курса приобретаются навыки эффективных межкультурных коммуникаций.
Пререквизиты:	Менеджмент, Новые управленческие технологии
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) имеет представление о кросс-культурных отношениях, выступающих в виде объективного явления общественной жизни; о современных концепциях кросс-культурного менеджмента; В) применяет методы и способы мотивации и стимулирования труда с учетом влияния национальных традиций; С) способен взаимодействовать с бизнес-средой в кросс-культурном общении, учитывая особенности делового общения и этикета в различных культурах; Д) имеет навыки работы в команде и выстраивании отношений с коллегами на основе уважения и доверия; Е) способен выбрать стратегию конфликтного поведения в ситуации межкультурного

	взаимодействия и дать оценку ее эффективности.
--	--

6

1Дублинские дескрипторы:	(А, В, С, D, E)
Наименование дисциплины:	Управление изменениями
Код дисциплин:	UI 6209
Количество кредитов:	5
Курс:	2
Автор программы:	Болатова Б.Ж.
Цель изучения курса:	Формирование у магистрантов комплекса знаний о технологиях и методах управления изменениями в организациях, особенностях функционирования организаций в условиях непрерывных изменений и практических навыков по организации процесса управления изменениями.
Краткое содержание дисциплины	Управление изменениями представляет собой владение возможными способами адаптации организации в условиях динамического и непредсказуемого окружения. Данный курс формируется для алгоритмов реализации программных методов и методов планирования и внедрения изменений в организации, технологий преодоления локального сопротивления изменений.
Пререквизиты:	Теория организации и организационное поведение, Антикризисное управление
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) иметь представление и использовать принципы и технологические параметры процесса управления изменениями в организациях; В) уметь анализировать процессы и проблемы практики управления изменениями, находить пути их эффективного разрешения в управленческой практике; С) уметь проектировать и осуществлять практическую реализацию организационных изменений; Д) использовать организационный опыт для

	повышения показателей эффективности деятельности организации; Е) владеть навыками принятия управленческих решений, связанных с организационными изменениями.
--	--

7

1Дублинские дескрипторы:	(А, В, С, D, E)
Наименование дисциплины:	Брендинг
Код дисциплин:	Bг 6303
Количество кредитов:	5
Курс:	2
Автор программы:	Кунуркульжаева Г.Т.
Цель изучения курса:	Формирование у обучающихся комплекса знаний и навыков в области основных принципов и технологий брендинга, создания и продвижения брендов, и специфики брендинга на региональном, национальном и глобальном уровнях.
Краткое содержание дисциплины	В курсе освещены теоретические и практические стороны всех этапов создания, вывода на рынок, поддержания, укрепления и капитализации на нем брендов товаров, услуг, компаний с целью завоевания ими в усложняющихся конкурентных условиях лидирующих позиций в рыночной среде.
Пререквизиты:	Стратегический менеджмент, Проектный менеджмент
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) имеет представление и демонстрирует способность идентифицировать ключевые элементы системы и их взаимодействие в сфере брендинга; В) способен провести анализ проблемных ситуаций в области брендинга на основе системного подхода; С) владеет навыками сегментирования и позиционирования бренда, создания его архитектуры, а также использования инструментов продвижения; Д) имеет навыки работы в команде и выстраивании отношений с коллегами на основе уважения и доверия.

	Е) проявляет способность к оценке эффективности брендинга.
--	--

8

1Дублинские дескрипторы:	(А, В, С, D, E)
Наименование дисциплины:	Операционное управление
Код дисциплин:	OU 6304
Количество кредитов:	5
Курс:	2
Автор программы:	Балгинова К.М.
Цель изучения курса:	Формирование у магистрантов комплекса знаний и навыков, позволяющих осуществлять научное обоснование управления операционной деятельностью организации.
Краткое содержание дисциплины	В рамках освоения данного курса у магистрантов формируется целостный комплекс углубленных знаний, способствующих осуществлению научно-обоснованного управления операционной деятельностью предприятия. Содержание дисциплины включает приобретение магистрантами навыков применения методов анализа и синтеза в области управления операционной деятельностью в организации, а также связанных с ней методов принятия оперативных, стратегических, тактических решений
Пререквизиты:	Стратегический менеджмент, Проектный менеджмент
Постреквизиты:	Производственная практика, Магистерский проект
Ожидаемые результаты (квалификация, навык и компетентность):	А) иметь системные представления о функционировании операционных составляющих производственной деятельности; В) уметь использовать методы оценки рисков в задачах операционного управления; С) уметь анализировать и разрабатывать операционную стратегию организации, оценивать факторы, условия и последствия принимаемых решений в операционной сфере; D) владеть навыками групповой работы, взаимодействия с коллегами при решении групповых задач; навыками публичных презентаций и выступлений;

	Е) владеть навыками проведения анализа операционной деятельности организации и использования его результатов для подготовки управленческих решений.
--	---