

КАЗТУТЫНУОДАҒЫ  
КАРАГАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ



КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

«УТВЕРЖДАЮ»  
Карагандинского  
университета, д.и.н. профессор  
Аймагамбетов Е.Б.  
Утверждено на заседании  
совета КарУК  
Протокол № 8 «28» 03 2023 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
6В04106 «Маркетинг»

Уровень: бакалавриат (ВА)

КАРАГАНДА 2023

Образовательная программа 6B04106 "Маркетинг" составлена на основании Государственного общеобязательного стандарта высшего и послевузовского образования, утвержденного Приказом МНВО РК от 20 июля 2022 года № 2 (с изменениями и дополнениями), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения в ОВПО от 20 апреля 2011 года № 152 (с изменениями и дополнениями), Национальной/отраслевой рамки квалификаций, профессионального стандарта "«Менеджмент социальных сетей (SMM)»; "Оптовая торговля широким ассортиментом товаров ..."; "Управление брендом"

Разработчики (академический комитет):

Мажитова С.К., к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Маркетинг и логистика»

Райымбекова А.К. – м.э.н., ст.преподаватель кафедры Маркетинга и логистики

Образовательная программа обсуждена и одобрена на заседании академического комитета «22» декабря 2022 г., протокол №1

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. Паспорт образовательной программы.....</b>	
<b>2 Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы.....</b>	
2.1 Присуждаемая степень	
2.2 Перечень должностей специалиста	
<b>3. Содержание образовательной программы.....</b>	
3.1 Учебный план образовательной программы	
3.2 Сведения о дисциплинах	
<b>4. Компетенции и результаты обучения образовательной программы.....</b>	
4.1 Перечень компетенций и результатов обучения	
4.2 Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе в целом с формируемыми компетенциями	
4.3 Карта формирования компетенций	
<b>5. Концепция развития образовательной программы .....</b>	
<b>6. Лист согласования программы.....</b>	

## 1. Паспорт образовательной программы

№	Название поля	Примечание
1	Регистрационный номер	6B04100344
2	Код и классификация области образования	6B04 Бизнес, управление и право
3	Код и классификация направлений подготовки	6B041 Бизнес и управление
4	Группа образовательных программ	B047 Маркетинг и реклама
5	Наименование образовательной программы	"Маркетинг"
6	Вид ОП	Действующая ОП;
7	Цель ОП	Подготовка высококвалифицированных кадров в области маркетинга, нацеленных на успешную карьеру и обладающих современными системными знаниями, необходимыми компетенциями и навыками для активного вовлечения и участия в решении профессиональных, социально-экономических, гуманитарных и духовных задач, стоящих перед Республикой Казахстан и международным сообществом.
8	Уровень по МСКО	б
9	Уровень по НРК	б
10	Уровень по ОРК	б
11	Отличительные особенности ОП	а) Нет;
	ВУЗ-партнер (СОП)	-
	ВУЗ-партнер (ДДОП)	-
12	Перечень компетенций	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с формируемыми компетенциями
13	Результаты обучения	
14	Форма обучения	очная
15	Язык обучения	Казахский/русский
16	Объем кредитов	240
17	Присуждаемая степень	Бакалавр бизнеса и управления
18	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	KZ34LAA00021414 Приложение 001
19	Наличие аккредитации ОП	Свидетельство о прохождении специализированной аккредитации SA-A №0268/1
	Наименование аккредитационного органа	Независимое агентство по обеспечению качества в образовании, Казахстан.
	Срок действия аккредитации	<a href="https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html">https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html</a> 01.04.2023 – 31.03.2028
20	Сведения о дисциплинах	Сведения о дисциплинах ВК/КВ, БД, ПД (таблица 3.2)
21	Уникальность программы	Отличительные особенности ОП

## **2. Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы**

### **2.1 Присуждаемая степень:**

Бакалавр бизнеса и управления по ОП 6В04106 "Маркетинг"

### **2.2 Перечень должностей специалиста:**

- Руководитель/ специалист маркетинговой службы компании;
- Управляющий отдела сбыта;
- Маркетолог;
- Аналитик/ Рыночный аналитик;
- Специалист по рекламе;
- Бренд-менеджер;
- Менеджер по продаже;
- SMM-менеджер.

## **3. Содержание образовательной программы**

### **3.1 Учебный план образовательной программы**





	МК 2022	КВ	Маркетинговые коммуникации																		
БД	TsS 2022	КВ	Цифровая статистика	5	экс	15/30/15/90/150				5											
	SS 2022		Социальная статистика																		
БД	CC 2022	КВ	Цены и ценообразование	5	экс	15/30/15/90/150					5										
	BU2022		Бухгалтерский учет																		
БД	NN (ТТ) 2022	КВ	Налоги и налогообложение (Taxes and taxation)	5	экс	15/30/15/90/150						5									
	Fin 2022		Финансы																		
БД	PP2 2022	ВК	Производственная практика	5	отчет						5									PO 4,8	
			<b>7. ММ Модуль MNIOR</b>																		
			Предпринимательские проекты, Экономические основы предпринимательства, Базовая правовая, Правовые основы бизнеса, Финансы, Бизнес-информатика, Язык и профессиональная коммуникация, Тренды человеческого развития, Экономико-правовое регулирование сферы услуг, Тренды устойчивого развития)	20																	
БД	Min 2022	КВ	MNIOR	20						5	5	5	5							PO 2,6-10	
			<b>8. МММ Модуль инструментального маркетинга</b>	43																	
БД	МП 2022	ВК	Маркетинговые исследования	5	экс, к/р	15/30/15/75/15								5							
ПД	UP 2022	ВК	Управление маркетингом	6	экс, к/р	15/30/15/120/180													6		
ПД	Nm 2022	КВ	Нейромаркетинг	5	экс	15/30/15/75/15								5							
	EM 2022		Экологический маркетинг																		
ПД	Mar B2B 2022	КВ	Маркетинг B2B	5	экс	15/30/15/75/15								5							
	PMar 2022		Промышленный маркетинг																		
ПД	Rek (Ad) 2022	КВ	Реклама (Advertisement)	6	проект	15/30/15/120/180													6		
	MPL 2022		Медиапланирование																		
ПД	TR PR 2022	КВ	Теория и практика PR (Паблик рилейшнз)	6	экс	15/30/15/120/180													6		
	TB 2022		Теория брендинга																		
ПД	SMar 2022	КВ	Стратегический маркетинг	5	экс	15/30/15/90/150													5		
	PM 2022		Практический маркетинг																		
ПД	PP3 2022	ВК	Производственная практика	5	отчет							5								PO 6-8	
			<b>9. ММУ Модуль маркетинга услуг</b>	34																	
ПД	MUTM 2022	КВ	Мерчендайзинг и управление торговыми марками	5	экс	15/30/15/90/150						5									
	TSM 2022		Товародвижение в системе маркетинга																		
ПД	RGM 2022	КВ	Ресторанный и гостиничный маркетинг	5	экс	15/30/15/90/150								5							
	MU 2022		Маркетинг услуг																		
ПД	BM 2022	КВ	Банковский маркетинг	5	экс	15/30/15/90/150								5							
	MT 2022		Маркетинг туризма																		
	MS2022		Маркетинг в спорте																		
ПД	PP4 2022	ВК	Производственная практика	10	отчет														10	PO 8,10,11,12	
ПД	PreP 2022	ВК	Преддипломная практика	9	отчет														9	PO 9-12	
			<b>10. МИА Модуль итоговой аттестации</b>	8																	
ИА		ОК	Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексного экзамена	8	защита /компл.экс														8	PO 9-11	
<b>Общая трудоемкость образовательной программы</b>				<b>240</b>																	
<b>Soft skills</b>																					
	ДВО	PPre 2022	Психология предпринимательства	5		15/30/15/90/150					5										
	ДВО	PPK 2022	Планирование профессиональной карьеры	5		15/30/15/90/150								5							
			<b>Итого</b>	<b>250</b>																	

Примечание: Учебный план составлен на основе Государственного общеобязательного стандарта высшего образования от 20 июля 2022г. №2 (с изменениями на 19.01.2023г.) и в соответствии с профессиональными стандартами: «Менеджмент социальных сетей (SMM)»; « Оптовая торговля широким ассортиментом товаров»; «Управление брендом».

Ссылки на MOOK по учебным курсам ОП  
<https://mooc.keu.kz/course/index.php?categoryid=2>



### 3.2 Сведения о дисциплинах

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Формируемые компетенции (коды)
<b>Цикл общеобразовательных дисциплин</b>				
<b>Обязательный компонент/Вузовский компонент/Компонент по выбору</b>				
1	Социология, Политология, Культурология, Психология	Социология изучает общество, составляющие его системы (институты, процессы) и закономерности их функционирования и развития. Цель политологии является формирование социально-политического мировоззрения обучающихся в контексте решения задач модернизации общественного сознания, освоения политических понятий, теорий и подходов. Культурология направлена на формирование социогуманитарного мировоззрения, усвоения культурологической информации, объяснения и интерпретации понятий, идей и теорий культурологии. Психология изучает основные психологические процессы, состояния, свойства, внутренний мир личности в процессе отражения мира	8	КК1
2	История Казахстана	Дисциплина формирует объективные исторические знания об основных этапах развития Казахстана, направляет внимание студента на реализации программы «Рухани жаңғыру», на становление и развитие историко-культурных процессов. Курс освещает проблемы этногенеза казахского народа, эволюцию форм государственности и цивилизации на территории страны, раскрывает значимые исторические факты и события, наполняет научно-историческим знанием содержание казахстанской модели развития.	5	КК1
3	Философия	Философия направлена на формирование у студентов открытости сознания, понимания собственного национального кода и национального самосознания, духовной модернизации, конструктивно-критического мышления, культ знания и образования. Курс ориентирован на освоение обучающимися философской культуры в контексте модернизации общественного сознания и решения глобальных проблем современности, на формирование у студентов рефлексии, на развитие и укрепление толерантности, межкультурного диалога и культуры мышления.	5	КК1
4	МК Экология и безопасность жизнедеятельности	Дисциплина изучает взаимодействия живых организмов со средой обитания, закономерности развития биосферы, функционирования экологических систем и биосферы в целом, а также приемы оказания первой медицинской помощи и защиты человека в условиях техносферы от негативных воздействий антропогенного и естественного происхождения	5	КК1
5	Экономическая теория	Изучает базовые понятия и теоретические положения, раскрывающие сущность экономических явлений, которые определяют функционирование и развитие экономики на уровне домашнего хозяйства, фирмы, национальной и мировой экономики; базируясь на выводах основных направлений экономической теории, дисциплина прививает навыки проведения научных исследований с применением методов изучения экономических дисциплин	5	КК1
6	МК «Ценности Мәңгілік ел»	В рамках курса изучается сущность национального самосознания, национального воспитания, этнической социализации и идентификации, культуры межнационального общения в контексте Национальной идеи «Мәңгілік ел». Курс ориентирован на воспитание социально активных членов общества с высоким уровнем развития национального самосознания, национального духа, духа патриотизма, исторического сознания и социальной памяти; духа профессионализма и конкурентоспособности, готовых к активным и решительным действиям по сохранению стабильности, независимости, безопасности, основ права и антикоррупционной культуры нашего государства,	5	КК1

7	Казахский (русский) язык	Содержание курса включает лексические и грамматические темы, направленные на развитие всех видов речевой деятельности и словарной работы, на освоение бытовой беседы в различных ситуациях и терминологию казахского языка.	10	КК1
8	Иностранный язык	Учебный материал курса предусматривает использование аутентичных текстов, видео и аудиоматериалов, адекватно отражающих содержание изучаемой тематики и сфер общения. Активный словарь студентов получает свое дальнейшее расширение, в том числе за счет потенциального словаря. Происходит обучение использованию иностранного языка для выражения своих мыслей, формирование лексико-грамматических навыков письма и речи; формирование навыков самообразования.	10	КК1
9	Информационно-коммуникационные технологии	Целью дисциплины является подготовка высококвалифицированных специалистов с навыками применения современных информационных технологий в профессиональной сфере в условиях реализации государственной программы Цифровой Казахстан. Данная дисциплина формирует способности критически оценивать и анализировать процессы, сбора, обработки, методы поиска и хранения, способы передачи информации с помощью цифровых технологий.	5	КК1
10	Физическая культура	Дисциплина позволяет добиться понимания социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; закрепить знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; овладеть техникой выполнения упражнений из учебной программы, понимать значимость использования гигиенических факторов и оздоровительных сил в укреплении здоровья и поддержания профессиональной работоспособности.	8	КК2
<b>Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент</b>				
11	Междисциплинарный курс «Профессионально-ориентированный язык»	Целью изучения дисциплины «Профессионально-ориентированный язык» является совершенствование умений всех форм профессионально-ориентированной речи, а также развитие коммуникативной и межкультурной компетенций, необходимых им в производственном процессе в будущей профессиональной деятельности.	6	КК1
12	Математика в экономике	Курс нацелен на освоение студентами математического аппарата, помогающего моделировать, анализировать и решать экономические задачи; усвоение студентами математических методов, дающих возможность изучать и прогнозировать процессы и явления в области государственного управления социально-экономическими процессами; формировать умения и навыки самостоятельных исследований, развивать стремление к научному поиску путей совершенствования своей работы	4	КК 2
13	Микроэкономика	Курс позволяет проводить исследование функционирования хозяйственного механизма на уровне деятельности отдельных экономических субъектов, закрепить теоретические знания, приобретенные в процессе изучения экономической теории, приобрести навыки рационального экономического мышления в условиях ограниченности ресурсов, а также оценки на этой основе проводимой в данной области государственной политики.	4	КК 3
14	Макроэкономика	Курс изучает экономику, рассматривая ее как единое целое, общий объем и рост выпуска товаров и услуг, темп инфляции и уровень безработицы, обменные курсы валют и состояние платежного баланса для обеспечения условий устойчивого экономического роста	5	КК 3
15	Маркетинг (Marketing )	Дисциплина «Маркетинг» формирует у студентов знания и навыки по организации маркетинговой деятельности на предприятии, освоению концепций современного	5	КК 3

		маркетинга в различных сферах практической деятельности и их использование при принятии управленческих решений. Изучение курса Маркетинга поможет на практике определить назначение и миссию компании, а также выстроить стратегию ее осуществления.		
16	Основы противодействия коррупции (Basis of anticorruption)	Учебная дисциплина нацелена на формирование знаний об эволюции коррупции в современном обществе, ее характеристики как явления, влияющего на все сферы общественных отношений, роль коррупции в подрыве национальной безопасности РК, ее влияние на объем иностранных инвестиций.	5	КК 3
17	Учебная практика	Учебная практика проводится с целью закрепления, расширения и углубления полученных теоретических знаний и применения полученных навыков и компетенций в условиях выбранной организации. Изучаются учебно-методическая и нормативная документации, основы анализа и идентификации маркетинговой деятельности организации. Студент приобретает навыки работы с нормативными документами, регулирующими деятельность организации; современными средствами иллюстрационной и презентационной техники.	1	КК 1-2
18	Производственная практика	Подразумевает изучение структуры управления и принципов организации маркетинговой службы, должностных обязанностей сотрудников; изучение документации и инструментария ведения рекламной и маркетинговой деятельности; оказание практической помощи предприятию путем непосредственного участия в процессе его профессиональной деятельности. Студент способен осуществлять переговоры, деловую переписку, электронные коммуникации; приобретает навыки проведения маркетинговых исследований	5	КК 1-3
<b>Цикл базовых дисциплин</b>				
<b>Компонент по выбору</b>				
19	Майнорская программа «Язык и профессиональная коммуникация»	Предназначена для формирования системы теоретических знаний и практических навыков английского языка в глобальной бизнес-экономике и предпринимательстве. Сформировать навыки общения, коммуникации, умения использовать иностранные языки в общении с помощью поиска выхода на иноязычную культуру и ее носителей в сфере бизнеса и предпринимательства; развитие прагматической межкультурной компетенции; развитие личности, способной к межкультурной коммуникации.	20	КК 1,3
20	Анализ данных и прогнозирование экономики	Изучение дисциплины сформирует у студентов знания и навыки применения статистических методов анализа и прогнозирования временных рядов, качественных методов прогнозирования. Изучение данной дисциплины поможет на практике осуществлять первичную обработку данных, сглаживать временные ряды; применять методы моделирования, динамические модели, методы компонентного, факторного, дискриминантного, кластерного и дисперсионного анализа.	5	КК 2
	Эконометрика (Econometrics)	Дисциплина позволит сформировать навыки построения и применения моделей регрессии, нелинейных регрессионных моделей, моделей с качественными переменными, для исследования закономерности в реальных данных, методов оценки коэффициентов уравнения. Изучение дисциплины даст углубленные знания в области регрессионного и корреляционного анализа, интерпретации параметров регрессионных моделей и прогнозирования экономических показателей на макро- и микроуровне.		
21	Инфографика и коммуникации	Целью изучения дисциплины является визуализация данных через представление сложной информации до		

		аудитории быстрым и понятным образом. Средства инфографики включают в себя изображения, графики, диаграммы, блок-схемы, таблицы, карты, списки, что позволяет создавать медийные продукты для любой отрасли экономики. Инфографика эффективна для упрощения внешней и внутренней коммуникации компании.	5	КК 2
	Визуализация в медиакоммуникации	Основная цель курса обеспечить формирование компетенций и индивидуального творческого стиля в сфере визуальной репрезентации информации различных типов для создания эффективных медийных продуктов.		
22	Междисциплинарный курс "Digital-маркетинг"	Курс ориентирован на формирование у студентов нового инновационного мышления, знание цифровых технологий для анализа и выстраивание эффективных взаимоотношений с целевыми потребителями посредством комплексного сочетания как онлайн, так и оффлайн каналов коммуникации (социальные сети, мобильные приложения, youtube, уличные дисплеи, цифровое телевидение, рекламные щиты, POS-материалы с QR-кодом и т.д.)	5	КК 2
	Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях	Дисциплина позволяет знать место маркетинга в социальных медиа в структуре маркетинга организации; профессиональную терминологию в области маркетинга в социальных медиа; современные модели и инструменты маркетинга в социальных медиа; тренды развития, актуальные исследования, посвященные маркетингу в социальных медиа		
23	Маркетинговые коммуникации	Дисциплина формирует навыки в области механизмов использования маркетинговых коммуникаций в практической работе, учит использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегий продвижения компании; проектировать процесс коммуникации; разрабатывать приемы стимулирования продаж, рекламы и других элементов маркетинговых коммуникаций; рассчитывать бюджет программ маркетинговых коммуникаций; использовать технологии оценки эффективности применения маркетинговых коммуникаций в комплексе и поэлементно.	4	КК 3
	Поведение потребителей	Роль потребителя в системе маркетинга. Основные подходы к изучению потребностей. Типы покупательского поведения. Классификация мотивов. Методы исследования мотивации. Потребительский рынок и покупательское поведение. Модели покупательского поведения. Покупательское поведение индивидуального потребителя. Поиск источника информации. Поведение покупателей для нужд организаций на некоторых рынках. Формирование потребительской лояльности с помощью качества. Направления изучения поведения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя. Сегментация рынка. Защита прав потребителя.		
24	Цены и ценообразование	Данная дисциплина позволяет определить место и роль ценообразования в системе управления предприятием; основные ценовые стратегии; характер ценообразования на различных типах рынков; определить соотношение и эластичность спроса и предложения. Изучение курса позволит сформировать цены на различные виды товаров и услуг предприятия; осуществлять расчет цен; ознакомиться с государственной политикой в области ценообразования.	5	КК 3
	Бухгалтерский учет	Дисциплина «Бухгалтерский учет» представляет собой информационную, аналитическую и контрольную функции теории и практики национальной системы учета. Для успешного функционирования экономики необходима всесторонняя, объективная, оперативно поступающая информация, основным источником которой являются данные, содержащиеся в бухгалтерском учете. Изменения, происходящие в производственной, снабженческой и сбытовой деятельности организации регистрируются в бухгалтерском учете с целью улучшения работы этой		

		организации и принятию правильных управленческих решений. Это делает бухгалтерский учет частью системы управления производством, дающей информационное обеспечение на всех ее уровнях.		
25	Финансы	Дисциплина «Финансы» предназначена для изучения основ функционирования финансов как на макро, так и на микро уровне для практического применения полученных знаний, организации финансовой деятельности, анализа и оценки эффективности финансовой деятельности фирмы/компании. Задачами учебной дисциплины является изучение экономического содержания и функций финансов; финансовой политики и управления финансами; основ функционирования финансов предприятий		
	Налоги и налогообложение (Taxes and taxation)	В результате обучения данного курса слушатель наряду с теоретическими знаниями, апеллирующих на основе изучения налогового кодекса с использованием налоговых льгот, специальных налоговых режимов сможет спланировать и выстроить траекторию по формированию в перспективе личного, малого или среднего бизнеса, провести налоговую оптимизацию реального сектора экономики, определить уровень налогового бремени юридических и физических лиц, провести анализ и сравнивать отличительные особенности и преимущества современных трендов использования инструментов налогового механизма при формировании налоговых систем, налоговых политик РК, стран ЕАЭС, дальнего зарубежья с учетом опыта проведенных ранее налоговых реформ, а также через решение ситуационных задач формируются навыки исчисления отдельных видов налогов юридическими и физическими лицами при оформлении налоговых деклараций и введении информации в цифровую базу с использованием налоговых программ.	5	КК 3
26	Цифровая статистика	Дисциплина изучает сущность статистического метода и особенностях его применения к изучению социально-экономических явлений и процессов с помощью информационных технологий, раскрываются назначение и методы построения основных статистических показателей, которые описывают состояние и развитие экономики, национальное богатство, воспроизводство населения, уровень жизни населения. Формирует умение применять систему статистических показателей при анализе полученной информации и умение обработать полученную информацию при помощи средств автоматизации.	5	КК 3
	Социальная статистика	Дисциплина раскрывает методы сбора данных, обработки цифрового материала, анализа полученной информации и применения полученных знаний на практике в режиме высокой неопределенности. Курс ориентирован на освоение знаний о социальной статистике на современном этапе, об основных направлениях изучения деятельности домашних хозяйств в системе национальных счетов, статистике населения, статистике рынка труда и трудовых ресурсов, доходов, расходов и потребления населения. Курс раскрывает статистику образования, здоровья населения и здравоохранения, рынка жилья и жилищных условий, уровня жизни населения и человеческого развития.		
27	Менеджмент	Курс нацелен на освоение студентами организационных элементов исследования процесса управления, коммуникации и принятия решения, функций управления таких, как планирование, организация, координация и контроль, работа команды и лидерство, а также изучение различных функциональных отделов в организации такой как, производство, маркетинг, финансы, управление персоналом	5	КК 3
	МК Организация и оценка бизнеса	Дисциплина изучает основные теоретические и методологические вопросы в сфере организации и оценки бизнеса, понятие, виды и формы предпринимательства и бизнеса, особенности организации индивидуального предпринимательства, малого, среднего и крупного бизнеса, создание и государственная регистрация субъектов бизнеса, понятия ликвидация и банкротство субъектов бизнеса, основные подходы к оценке бизнеса: доходный, сравнительный и затратный		

<b>Цикл профилирующих дисциплин Вузовский компонент/Компонент по выбору</b>				
28	Управление маркетингом	Дисциплина формирует навыки и умения по изучению вопросов управления маркетингом и знакомит с современными формами корпоративной маркетинговой деятельности; формирует категорийный аппарат маркетинговых понятий в управленческой сфере; рассматривает вопросы управления отбором целевых рынков, сегментации, моделирования потребительского поведения, выбора конкурентного преимущества; изучает управление инструментарием маркетинга - товарной, ценовой политики, политики распределения и коммуникации.	6	КК 3-5
29	Международный маркетинг (International marketing)	Дисциплина изучает маркетинговую деятельность компании на рынках зарубежных государств, рассматривающая стратегии международного развития. Цель изучения дисциплины - дать студентам теоретические навыки и знания о специфике международного маркетинга, особенностях изучения международной среды деятельности фирмы, тактики и стратегии работы на зарубежном рынке. Анализируется влияние международного маркетинга на углубление и ускорение процессов глобализации	5	КК 3
30	Маркетинговые исследования	Дисциплина изучает внутреннюю среду организации, рынка товаров, конкурентов и потребителей с применением современных технологий., что позволяет найти самый оптимальный путь к пониманию целевой аудитории, ее потребностей и мотивов. Студент приобретает навыки исследовательской и аналитической работы	5	КК 3-5
31	Реклама(advertising)	Дисциплина формирует знания об истории возникновения рекламы, целях, задачах и требованиях, предъявляемые к рекламе товаров и услуг; дает навыки организации рекламных кампаний и оценке ее эффективности, формирования и стимулирования спроса. Прививает навыки передачи информации целевой аудитории; представления нового товара/услуги; расширяет знания о целях и способах использования продукта, создания благоприятного впечатления о товаре.	6	КК 3
	Медиапланирование	Целью освоения дисциплины является изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов. Дисциплина помогает конкретизировать свои знания, освоить теоретическую базу и научиться практически составлять медиапланы конкретных рекламных и PR кампаний.		
32	Теория и практика PR(Паблик рилейшнз)	Дисциплина изучает теоретические основы работы PR деятельности, навыки работы в области рекламы и связей с общественностью; помогает изучить виды и способы взаимодействия бизнес структур и предприятий социально-культурной сферы.	6	КК 3
	Теория брендинга	Цель дисциплины - изучение принципов и технологии формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в деятельности компаний. Дисциплина нацелена на то, чтобы дать студентам целостное представление о том, каким образом фирмы создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и как компании осуществляют управление своими брендами.		
33	Нейромаркетинг	Курс предназначен для формирования знаний студентов о приемах нейро-лингвистического и нейро-лингвистического программирования. В процессе изучения студенты приобретают навыки в области цветоколеристики и психологии цветовых и дизайнерских решений.	5	КК 5

	Экологический маркетинг	Курс предназначен для формирования знаний студентов о сущности экологического маркетинга; современных концепций Зеленого бизнеса. Изучение влияния зеленых технологий на поведение потребителей и готовности принятия экологически чистой и безопасной продукции среди потребителей.		
34	Банковский маркетинг	Дисциплина формирует умения и практические навыки в области управления деятельностью коммерческого банка. Студенты изучают специфику банковского маркетинга и особенности банковского продукта, анализируют процессы, происходящих на рынке капитала в банковском секторе, на рынке ценных бумаг. Формируются навыки по выработке решений, направленных на расширение банковских продаж и увеличение прибыли.	5	КК 4
	Маркетинг туризма	Данный курс рассматривает современные подходы к адаптации маркетинговых инструментов в отрасли туризма. Дисциплина формирует у студентов комплексное представления о природе, задачах, функциях, идеологии и структуре маркетинга в сфере туризма, знакомит с историческими аспектами маркетинга туризма; функциями маркетинга туризма; комплексом маркетинга в сфере туризма; особенностями маркетинга туризма в Казахстане.		
	Маркетинг в спорте	Дисциплина изучает аспекты разработки и продвижения спортивного продукта, особенности коммуникаций в спорте, секреты эффективного спонсорства и создания ярких спортивных брендов, а также подходы к управлению спортивными продуктами в условиях изменчивой и неопределенной экономической среды.		
35	Ресторанный и гостиничный маркетинг	В программу курса включена характеристика основных составляющих элементов организации маркетинга на предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса. Студенты изучают организацию и управление маркетинговой деятельностью ресторано-гостиничного предприятия, особенности проектирования и формирование продуктовой стратегии, анализируют роль маркетинговых коммуникаций в данном бизнесе.	5	КК4
	Маркетинг услуг	Курс формирует знания и навыки маркетинговой деятельности в сфере услуг, отрасли маркетинга, изучающей особенности маркетинговой деятельности организаций, вовлеченных в предоставление услуг. Студенты изучают теоретические основы разработки маркетинговой политики предприятия в сфере услуг, разработки стандартов услуг, измерения качества услуг. Дисциплина формирует практические навыки межличностного общения и эффективного позиционирования с потребителями.		
36	Маркетинг B2B	Основная задача курса - познакомить с особенностями построения маркетинговой деятельности на B2B рынке, сформировать навыки работы в B2B сфере, уметь прогнозировать изменения окружающей среды и деятельности компании, а также рассчитывать эффект от проводимых маркетинговых мероприятий.	5	КК 5
	Промышленный маркетинг	Данная дисциплина изучает особенности маркетинговой деятельности на рынке промышленных товаров, специфику маркетинговой деятельности на промышленных рынках; основы управления «портфелем продуктов» фирмы с учетом стадий жизненного цикла товаров. Формирует навыки разработки планов маркетинга для предприятия, действующего на рынке продукции производственного назначения.		
37	Практический маркетинг	Курс предназначен для формирования профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности в современных условиях. Дисциплина		

		дает знания о процессе стимуляции продаж, посредством усовершенствования продукции, выбора и организации каналов сбыта, увеличении спроса на продукцию	5	КК 5
	Стратегический маркетинг	Дисциплина направлена на определение позиции фирмы на рынке, а также стратегии для продвижения товаров или услуг от производителя к потребителям. Данный курс позволяет анализировать положения, предпочтения и требования потребителей, при планировании запуска производства нового товара или предоставления услуг.		
38	Товародвижение в системе маркетинга	Дисциплина вырабатывает знания для формирования и управления в рамках осуществления использования инструментария в сфере продвижения товаров. Дисциплина изучает теорию и практику организации маркетинговой работы компаний на протяжении всего цикла товародвижения - от замысла и разработки товара до его сбыта конечному потребителю и развития систем послепродажного взаимодействия.	5	КК 5
	Мерчендайзинг и управление торговыми марками/ Мерчендайзинг және сауда маркаларын басқару	Мерчендайзинг, жарнамалық акциялар бұл шеберліктегі брендинг коммуникацияның айрықша элементтерін қамтиды. Олардың толық ауқымды сарқылудың тиімділігі күрделі қатынастар мен өзара қарым-қатынастарға ықпал етеді. Мотивациялық ынталандырудың қолданушылары бір көзден импульс сияқты көрінеді. Осы тұрғыдан алғанда сату нүктесі (POS) қағидаты көптеген мүдделі тараптардың құралдарына негізделуі керек. Дисциплина формирует навыки разработки программы мерчендайзинга; организации пространства торгового зала и размещения товаров; выстраиванию системы, адаптированную к специфике товарной категории, рыночной ситуации; готовит бакалавров к применению в бизнес-практике, приёмов, инструментов формирования долгосрочной лояльности потребителей к её маркам.		
39	Производственная практика	Подразумевает знание структуры управления и принципов организации работы предприятия, закрепляет теоретические навыки проведения маркетинговых исследований; изучение нормативно-правовой и служебной документации; ознакомление с рекламной деятельностью предприятия; оказание практической помощи предприятию путем выполнения функций мерчендайзера, помощника маркетолога. Студент способен осуществлять переговоры, деловую переписку, коммуницировать с другими подразделениями предприятия	5	КК 3,4,5
40	Производственная практика	Производственная практика позволяет профессионально коммуницировать с вышестоящими и государственными организациями; формулировать миссию, цели и задачи предприятия; освоить задачи и функции службы маркетинга на предприятии; анализировать и осуществлять рекламную деятельность, участвовать в мероприятиях по продвижению товаров и услуг; дифференцировать потенциальных конкурентов и анализировать рынки сбыта; иметь навыки составления отчетной документацию	10	КК 4,5
41	Преддипломная практика	Преддипломная практика необходима для закрепления теоретических знаний и сбора материала для выполнения выпускной квалификационной работы; приобретения навыков в решении поставленных задач; закрепления опыта проведения маркетинговых исследований и наработки опыта составления стратегических планов; закрепление навыков научно-исследовательской работы, анализа и планирования экономических показателей деятельности предприятия.	5	КК 5



## 4 Компетенции и результаты обучения образовательной программы

### 4.1 Перечень компетенций и результатов обучения

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Шифр результата обучения	Содержание результата обучения по образовательной программе	Дисциплины
<b>КК 1</b>	Способность личности социально-культурному и физическому развитию на основе принципов мультикультурности, мультиязычности и экологического мышления в условиях многомерных отношений и взаимодействий	PO1	Знает и умеет критически осмысливать историю развития Казахстана, применяет социально-политические знания для эффективной социализации и адаптации в изменяющихся социо-культурных условиях; применяет методы и средства физической и экологической культуры, обеспечения безопасности и защиты в условиях чрезвычайных ситуаций. Изучает базовые понятия и теоретические положения экономических явлений на уровне домашнего хозяйства, фирмы, национальной и мировой экономики.	История Казахстана Философия Модуль социально-политических знаний (Социология, Политология, Культурология, Психология) Экономическая теория МК «Ценности Мәңгілік ел» Физическая культура
		PO2.	Осуществляет коммуникации в устной и письменной формах на казахском, русском и иностранном языках; совершенствует профессионально-ориентированные языковые навыки для интеграции в международную профессиональную среду	Иностранный язык МК«Профессионально-ориентированный язык» Казахский язык Учебная практика Майнор «Язык и профессиональные коммуникации»
		PO3.	Демонстрирует способность к бережливому производству и развитию зеленой экономики. Идентифицирует опасные и вредные факторы и анализирует их влияние. Применяет разнообразные методы для решения экологических проблем, современные научные знания, предусматривающие сохранение экологического равновесия и обеспечивающих безопасность жизнедеятельности.	Экология и безопасность жизнедеятельности Экологический маркетинг Учебная практика
<b>КК 2.</b>	Владеть основами экономических знаний, иметь научные представления о маркетинге, менеджменте, финансах. Уметь сегментировать рынок, разрабатывать и реализовать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику в практике маркетинга	PO4	Демонстрирует и применяет базовые математические знания в междисциплинарном контексте для решения профессиональных задач. Способен решать задачи с использованием методов математического анализа и моделирования в области маркетинга и маркетинговых исследований	Математика в экономике Анализ данных и прогнозирование экономик Эконометрика (Econometrics)
		PO5	Способен осуществлять профессиональную функцию в сфере бизнеса и управления, используя соответствующие цифровые технологии, инструменты и теории; оформляет, размещает и демонстрирует визуальную информацию о товаре и услуге. Умеет пользоваться онлайн инструментами маркетинга и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний	Информационно коммуникационные технологии Инфографика и коммуникации Визуализация в медиакommunikации МК "Digital-маркетинг" Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях Цифровая статистика
<b>КК 3</b>	Формировать программу маркетинговых исследований, с учетом стратегических планов предприятия;	PO6	Демонстрирует знания основных элементов управления бизнесом: правовые, организационные и плановые; анализирует фундаментальные аспекты экономики на микро - и макроуровнях; Анализирует и представляет финансовую и управленческую информацию для	Майноры Основы противодействия коррупции Микроэкономика Макроэкономика Статистика

	применять маркетинговый инструментарий, в том числе для создания новых идей и продвижение брендов.		заинтересованных сторон	Налоги и налогообложение (Taxes and taxation); Цены и ц/обр, МК «Организация и ОБ»: Финансы Бухгалтерский учет, Цифровая статистика, Социальная статистика, Банковский маркетинг, Маркетинг, Менеджмент Международный маркетинг Производственная практика
		PO7	Способен классифицировать и анализировать основные теории и принципы маркетинга, такие как маркетинг-микс, портфельный анализ, стратегический анализ и коммуникации; описывать и применять основные теории и инструменты сегментирования рынка, мерчендайзинга, получения информации о процессе принятия решения потребителем. Анализирует механизм ценообразования, распределение затрат на рекламу продукта/услуги; осуществляет деловые коммуникации, знает принципы организации бизнес-планирования; способен участвовать в построении бизнес-процессов организации.	Маркетинг (Marketing) Майноры; Управление маркетингом Маркетинговые коммуникации Теория брендинга; Теория и практика PR (Паблик рилейшнз) Реклама Медиапланирование - Поведение потребителей Товародвижение в системе маркетинга- Мерчендайзинг и управление торговыми марками
<b>КК 4</b>	Организовать маркетинговую деятельность организаций с учетом отраслевой специфики, планировать и прогнозировать рыночную ситуацию, знать место и роль государственного сектора в экономике,	PO8	Осуществляет анализ маркетинговой деятельности организации; осуществляет поиск и разработку идей по созданию новых и совершенствованию существующих товаров и услуг; анализирует внешнюю среду организации, включая мировой рынок, определяет реальные и потенциальные возможности организации, анализирует рынок и изучает потенциальных конкурентов	Майноры Банковский маркетинг Маркетинговые исследования
		PO 9	Способен интегрировать ключевые концепты, парадигмы и теоретические разработки в функциональных областях маркетинга, прогнозирования будущего и аналитике данных для осуществления профессиональных функций в сфере управления и бизнеса; организовать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей; разрабатывать план маркетинговых исследований	Ресторанный и гостиничный маркетинг Маркетинг услуг - Маркетинг туризма Маркетинг в спорте Производственная практика
<b>КК 5</b>	Способность формулировать и решать профессиональные задачи; способность к самообразованию и совершенствованию профессиональной карьеры	PO10	Умеет интерпретировать, выбирать и применять современные методы маркетинговых исследований, анализирует комплекс мероприятий, связанных с их продвижением на основе подсознательных реакций мозга. Знает теоретические аспекты событийного маркетинга и процесс управления инвентом; анализирует влияние зеленых технологий на поведение потребителей	Нейромаркетинг Экологический маркетинг, Стратегический маркетинг Практический маркетинг- Управление маркетингом Промышленный маркетинг B2B маркетинг- Преддипломная практика Производственная практика



### 4.3 Карта формирования компетенций

№ п.п.	Шифр компетенции	Код дисциплины	Название дисциплин, формирующих компетенции	ОК/ВК/КВ	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
	<b>КК1</b>	SPCP2022	Социология, Политология, Культурология, Психология	ОК	8	240	тестирование (КТ)
		IK-2022	История Казахстана	ОК	5	150	Гос.экзамен
		Fil 2022	Философия	ОК	5	150	тестирование (КТ)
		K(R) Ya 2022	Казахский (русский) язык	ОК	10	300	Устный экзамен
		IYa.2022	Иностранный язык	ОК	10	300	Комбинированный экзамен
		MKPOYa2022-O2	Междисциплинарный курс «Профессионально-ориентированный язык»	ВК	6	180	Комбинированный экзамен
		F K 2 0 2 2	Физическая культура	ОК	8	240	Диф.зачет
		MK TsME2022	Междисциплинарный курс Ценности "Мәңгілік ел"	КВ	5	150	Экзамен
		ET 2022	Экономическая теория				
		MKEBZh 2022	Междисциплинарный курс "Экология и безопасность жизнедеятельности"				
	<b>КК2</b>	IKT (ICT) 2022	Информационно-коммуникационные технологии	ОК	5	150	Экзамен
		UP Mar	Учебная практика	ВК	1	30	Отчет
		ME 2022	Математика в экономике	ВК	4	120	тестирование (КТ)
		ADPE 2022	Анализ данных и прогнозирование экономики	КВ	5	150	тестирование (КТ)
		Eko (Eco) 2022	Эконометрика (Econometrics)				
		IK 2022	Инфографика и коммуникации	КВ	5	150	Проект
		VM 2022	Визуализация в медиакоммуникации				
		MK DM 2022	Междисциплинарный курс "Digital-маркетинг"	КВ	5	150	Тестирование
		KMMSS	Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях				
	<b>КК3</b>	Mik.2022	Микроэкономика	ВК	4	120	тестирование (КТ)
		Mac 2022	Макроэкономика	ВК	5	150	Письменный экзамен
		OPK (BA)	Основы противодействия коррупции (Basis of anticorruption)	ВК	5	150	тестирование
		Man 2022	Менеджмент	КВ	5	150	тестирование (КТ)
		MK OOB 2022	Междисциплинарный курс "Организация и оценка бизнеса"				
		Mar (Mar) 2022	Маркетинг (Marketing)	ВК	5	150	тестирование
		MM (IM) 2022	Международный маркетинг (International marketing)	ВК	5	150	тестирование (КТ)
		Fin 2022	Финансы	КВ	5	150	тестирование
		NN (TT) 2022	Налоги и налогообложение (Taxes and taxation)				
		PP 2022	Поведение потребителей	КВ	4	120	тестирование
		MK 2022	Маркетинговые коммуникации				
		CC 2022	Цены и ценообразование	КВ	5	150	экзамен
		BU 2022	Бухгалтерский учет				
		TsS 2022	Цифровая статистика	КВ	5	150	Экзамен
		SS2022	Социальная статистика				
		AYaVSBP-2022	Майнор "Язык и профессиональная коммуникация" Английский	КВ	5	150	Экзамен

			язык в сфере бизнеса и предпринимательства				
		AYaK-2022	Майнор "Язык и профессиональная коммуникация" Английский язык и карьера	KB	5	150	Экзамен
		Mai(SK)2022	Майнор "Язык и профессиональная коммуникация" Социальная коммуникация	KB	5	150	экзамен
		Mai(K)2022	Майнор "Язык и профессиональная коммуникация" Конфликтология	KB	5	150	Экзамен
		PP 2 Mar	Производственная практика	BK	5	150	Отчет
<b>KK4</b>		UM 2022	Управление маркетингом	BK	6	180	Экзамен, Курсов. работа
		MI 2022	Маркетинговые исследования	BK	5	150	Экзамен, Курсов. работа
		TP PR 2022	Теория и практика PR (Паблик рилейшнз)	KB	4	120	тестирование (КТ)
		TB 2022	Теория брендинга				
		MB2B 2022	Маркетинг B2B	KB	5	150	тестирование
		PMar 2022	Промышленный маркетинг	KB	5	150	тестирование
		NM 2022	Нейромаркетинг				
		EM 2022	Экологический маркетинг	KB	5	150	тестирование
		PM 2022	Практический маркетинг				
		SMar 2022	Стратегический маркетинг	KB	6	180	проект
		R (A)2022	Реклама (advertising)				
		MP2022	Медиапланирование	KB	8	180	проект
		TPPR 2022	Теория и практика PR (Паблик рилейшнз)				
		TB 2022	Теория брендинга	KB	5	150	Отчет
	PP 3 Mar	Производственная практика					
	PP 4 Mar	Производственная практика	BK	10	300	Отчет	
<b>KK5</b>		PP 4Mar	Производственная практика	BK	10	300	Отчет
		TSM 2022	Товародвижение в системе маркетинга	KB	5	150	Тестирование
		MUTM 2022	Мерчендайзинг и управление торговыми марками				
		MarS 2022	Маркетинг в спорте	KB	5	150	тестирование
		BM 2022	Банковский маркетинг				
		MT 2022	Маркетинг туризма	KB	5	150	тестирование
		RGM 2022	Ресторанный и гостиничный маркетинг				
		MU 2022	Маркетинг услуг	KB	10	300	Отчет
		PP 4Mar	Производственная практика				
		PreP Mar	Преддипломная практика	BK	5	150	Отчет
		Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексного экзамена		12	360		

#### 4. План развития образовательной программы

Цель 1: Совершенствование образовательной деятельности в соответствии с требованиями внешней среды	Целевой индикатор: функционирование университета в соответствии с основными параметрами Болонского процесса	ед. изм.	В плановом периоде				
			План 2023-2024	План 2024-2025	План 2025-2026	План 2026-2027	План 2027-2028
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Задача 1.1</b> Модернизация образовательной среды и повышение качества обучения	общее количество студентов	чел.	45	50	52	55	55
	доля иностранных студентов	%	7	10	11	11	12
	доля рецензируемых образовательных программ зарубежными экспертами	%	100	100	100	100	100
<b>Задача 1.3</b> Повышение профессионального уровня ППС	доля студентов, устроившихся работать по специальности в первый год после окончания вуза	%	75	80	80	85	85
	количество дисциплин, преподаваемых на иностранных языках	шт.	10	10	11	11	12
	количество штатных докторов PhD	чел.	5	5	5	5	5
	количество ППС, обладателей государственных наград, премий, грантов	чел.	5	5	5	5	5
	количество ППС, прошедших международные стажировки	чел.	6	6	7	7	7
	количество ППС участвующие в академической мобильности	чел	1	1	2	2	3
	<b>Задача 1.5</b> Внедрение современных форм практико-ориентированного обучения	доля обновляемости элективных дисциплин	%	15	15	15	16
количество междисциплинарных учебных курсов		шт	10	10	10	12	12
доля образовательных программ, при разработке и реализации которых привлекались представители производства		%	100	100	100	100	100
<b>Задача 2.1</b> Повышение научно-исследовательского потенциала университета	количество научных публикаций ППС кафедры	шт.	34	34	35	35	36
	доля ППС кафедры, участвующего в выполнении научно-исследовательских тем	%	74	74	75	75	80

	количество научных публикаций в журналах с ненулевым импакт-фактором (ThomsonReuters, SCOPUS, РИНЦ)	шт.	4	4	5	5	5
	количество учебников, изданных под грифом МОН РК	шт.	1	1	2	2	2
	количество изобретений, патентов, лицензий	шт.	1	-	1	1	1
<b>Задача 2.2</b> Создание многоканальной системы финансирования научных исследований	количество научных тем, выполняемых по результатам бюджетных конкурсов научно-исследовательских проектов	шт.	1	1	2	2	2
	количество научных публикаций студентов	шт.	10	12	12	15	15
	количество научно-инновационных проектов	шт.	1	1	1	1	1
	количество НИРС, получивших дипломы и награды за участие в международных конкурсах, конференциях	шт.	1	2	2	3	3
	количество НИРС, получивших дипломы и награды за участие в республиканских конкурсах	шт.	1	1	2	2	2
	количество совместных публикаций ППС и студентов, магистрантов, докторантов PhD	шт.	7	7	8	8	10

6. Лист согласования образовательной программы

Должность	Подпись	ФИО
Директор Палаты Предпринимателей Карагандинской области		Кульпеисов Е.Д.
Проректор по академическим вопросам и стратегическому развитию		Д.э.н., проф. Накипова Г.Е.
Директор департамента академического развития и послевузовского образования		К.э.н., доцент Тяй О.А.
Декан факультета финансов, логистики и цифровых технологий		К.э.н., проф. Серикова Г.С.
Зав.кафедрой маркетинга и логистики		К.э.н., доцент Мажитова С.К.