

ҚАЗҒУТЫНУОДАҒЫ  
ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ



КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАЗПОТРЕБСОЮЗА



«УТВЕРЖДАЮ»  
Ректор Карагандинского  
университета, д.э.н., профессор  
Аймагамбетов Е.Б.

Утверждено на заседании  
Ученого совета КарУК  
Протокол № 8 «30» 04 2024 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
7М 04111 ОП «Маркетинг»**

Уровень: магистратура (МА)

КАРАГАНДА 2024

Образовательная программа 7М04111 "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), профессиональных стандартов: «Деятельность в сфере анализа рынков», " Педагог (профессорско-преподавательский состав) организаций высшего и (или) послевузовского образования"; «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Разработчики (академический комитет):

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

Краснощекова Е.А. - м.э.н., ст.преподаватель кафедры;

Касымова Б.Т. - м.э.н.,ст.преподаватель кафедры

Идрисова А.С. - гл.специалист ТОО

Серік Ә.Н. - финансовый директор Директор ТОО «TL SOLUTIONS»

Жапашов А. - магистрант, гр.МК-23 НП

Ким М. - студентка гр. МК-22-2

Рецензент (эксперт)

Директор ТОО «TL SOLUTIONS»

Елеукенов Е. А

Образовательная программа обсуждена и одобрена на заседании академического комитета «25» апреля 2024 г., протокол № 2

## 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

## . Паспорт образовательной программы «Маркетинг»

№	Название поля	Примечание
1.	Регистрационный номер	7M04100010
2.	Код и классификация области образования	7M04 Бизнес, управление и право
3.	Код и классификация направлений подготовки	7M041 Бизнес и управление
4.	Группа образовательных программ	M075 Маркетинг и реклама
5.	Наименование образовательной программы	7M 04111 ОП "Маркетинг"
6.	Вид ОП	Действующая ОП;
7.	Цель ОП	Подготовка высококвалифицированных кадров в области маркетинга, нацеленных на успешную карьеру и обладающих способностью к самосовершенствованию и саморазвитию, потребностью и навыками самостоятельного творческого овладения новыми знаниями в течение всей активной жизнедеятельности; с высоким уровнем профессиональной культуры, способных формулировать и решать современные научные и практические проблемы, успешно осуществлять педагогическую, научно-исследовательскую и управленческую деятельность; приобретать научно-исследовательские навыки, продолжать научную подготовку в докторантуре; получать необходимый объем знания и опыт в области педагогики и преподавания.
8.	Уровень по МСКО	7
9.	Уровень по НРК	7
10.	Уровень по ОРК	7
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	Научное и педагогическое направление – 120 кредитов
17.	Присуждаемая степень	Научное и педагогическое направление - магистр экономических наук по ОП 7M04111 «Маркетинг»
18.	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	№ KZ34LAA00021414 (005)
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
21.	Уникальность программы	-

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

### **2.1 Присуждаемая степень**

выпускнику образовательной программы присваивается степень:

- при научной и педагогической подготовке - магистр экономических наук по ОП 7М04111 «Маркетинг»;

### **2.2 Перечень должностей специалиста**

- при научно-педагогической подготовке – маркетолог, коммерческий директор, вице-президента по маркетингу, начальника отдела маркетинга, директора по развитию, по стратегическому планированию, преподаватель в вузе, колледже, специалист в научно-исследовательской и экспертно-консалтинговой сфере.

### 3. Содержание образовательной программы «Маркетинг»

#### 3.1 Учебный план образовательной программы «Маркетинг» (НП)

Присуждаемая степень: магистр экономических наук по ОП 7М04111 "Маркетинг"

Срок обучения: 2 года Очная форма обучения прием 2024 года



"УТВЕРЖДАЮ"  
Протокол УС №... от "..." 2024 г.  
Ректор: Аймагамбетов Е.Б.

#### Учебный план

Код и классификация области образования: 7М04 Бизнес, управление и право

Код и классификация направления подготовки: 7М041 Бизнес и управление

Группа образовательных программ: М075 Маркетинг и реклама

Код и наименование образовательной программы: 7М04111 Маркетинг

Вид образовательной программы: действующая

Присуждаемая степень: магистр экономических наук по ОП 7М04111 "Маркетинг"

Срок обучения: 2 года

Очная форма обучения

прием 2024 года

Цикл дисц	Код дисциплины	ОК/ ВК/ КВ	Наименование дисциплины	Трудоемкость		Форма контроля	Виды учебной работы л/пр/СРОП/СРО	Распределение по семестрам				Результаты обучения
				Кредиты KAZ/ECTS	академ. часы			1	2	3	4	
<b>НОМ 1.1 Научно-образовательный модуль</b>												
БД	ИFN2022	ВК	История и философия науки	5	150	экз	15/30/15/90	5				PO1, PO2
БД	ГYa 2022mag(NP)	ВК	Иностранный язык (профессиональный)	4	120	экз	0/45/15/60	4				
БД	PVSh2022	ВК	Педагогика высшей школы	4	120	экз	15/30/15/60	4				
БД	PU2022	ВК	Психология управления	4	120	экз	15/30/15/60	4				
БД	PP(M)2022	ВК	Педагогическая практика	3	90	отчет			3			
<b>ППМ 1.2 Профессионально-педагогический модуль</b>												
БД	PKOPNI2022	КВ	ПК Организация и планирование научных исследований	3	90	экз	15/15/15/45	3				PO3, PO4
	MIAD2022		Методы исследования и анализ данных									
БД	MTOVSh2022	КВ	Методы и технологии обучения в высшей школе	4	120	экз	15/30/15/60		4			
	KMPR2022		Критическое мышление и принятие решений									
БД	OAP2022mag	КВ	Основы академического письма (англ)	4	120	экз	15/30/15/60		4			
	ASP2022mag		Академический стиль в письме (англ)									
БД	KMAM2022	КВ	ПК Количественные методы анализа в маркетинге	4	120	экз	15/30/15/60		4			
	MSAEP2022		Математико - статистический анализ экономических процессов									
<b>ПОМ 2.1 Профессионально-ориентированный модуль 1</b>												
ПД	MM2022	ВК	Маркетинг - менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90	5				PO5, PO6,

ПД	BAMDKSR 2022	КВ	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	5	150	экз	15/30/15/90		5			9	
	MAR2022		Маркетинговый анализ рынка										
ПД	MMM12022	КВ	Методология и методика маркетинговых исследований	5	150	экз	15/30/15/90		5				
	URMK2022		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями										
ПД	InM2022	КВ	Инновационный маркетинг	5	150	экз	15/30/15/90		5				
	MTCE2022		Маркетинговые технологии в цифровой экономике										
	SII.2022mag		Системы искусственного интеллекта										
<b>ПОМ 2.2 Профессионально-ориентированный модуль 2</b>													
ПД	MOSD2022	КВ	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	экз	15/30/15/90		5			PO6, PO7, PO8	
	GM2022		Глобальный маркетинг										
ПД	RM2022	КВ	Рекламный менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90		5				
	MDRFU2022		Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг										
ПД	APPM2022	КВ	Актуальные проблемы промышленного маркетинга	5	150	экз	15/30/15/90		5				
	IMMRPPTN 2022		Исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения										
ПД	BM2022	КВ	Бренд менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90		5				
	BTU2022		Брендирование товаров и услуг										
ПД	IP2022	ВК	Исследовательская практика	13	390	отчет					13		
<b>Итого по модулям теоретического обучения и практической подготовки</b>				<b>88</b>	<b>2640</b>				<b>25</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	
<b>НИМ 3.1 Научно-исследовательский, итоговый модуль</b>													
НИРМ	NIRM		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	24	720	отчет		5	5	5	9	PO1 - PO10	
ИА	OZMD		Оформление и защита магистерской диссертации (ОиЗМД)	8	240						8		
<b>Общая трудоемкость образовательной программы</b>				<b>120</b>	<b>3600</b>				<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	

Образовательная программа 7М04111 "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), профессиональных стандартов «Деятельность в сфере анализа рынков», Педагог (профессорско-преподавательский состав) организаций высшего и (или) послевузовского образования», «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Проректор по академическим вопросам

Директор департамента академического развития высшего и послевузовского образования

Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики

 Накипова Г.Н.

 Даниярова М.Т.

 Мажитова С.К.

### 3.2 Сведения о дисциплинах (НП)

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Формируемые компетенции (коды) или РО
<b>Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент</b>				
1.	История и философия науки	Дисциплина «История и философия науки» позволит изучить проблемы кризиса современной техногенной цивилизации и глобальных тенденций смены научной картины мира, типов научной рациональности, систем ценностей, на которые ориентируются ученые. Дисциплина ориентирована на анализ основных мировоззренческих и методологических проблем, возникающих в науке на современном этапе ее развития и получение представления о тенденциях исторического развития науки.	5	ОК 1
2.	Иностранный язык (профессиональный)	Дисциплина направлена на развитие навыков и умений использования иностранного языка в профессиональной сфере. Курс включает изучение специализированной лексики, профессиональной терминологии, и грамматических конструкций, применимых в различных профессиональных контекстах. Программа курса охватывает такие аспекты, как деловая переписка, подготовка и проведение презентаций, ведение переговоров, а также чтение и перевод профессиональной литературы.	4	ОК 1
3.	Педагогика высшей школы	В процессе изучения дисциплины рассматриваются актуальные проблемы педагогической науки, основы педагогики высшей школы. Особое внимание уделяется методологии педагогической науки, новым образовательным технологиям, учебно-воспитательному процессу, менеджменту образования.	4	ОК 1
4.	Психология управления	Учебная дисциплина ориентирована на освоение обучающимися знаний о психологическом содержании управления как социальной системы и сферы профессиональной деятельности. Содержит социально-психологические знания, необходимые для анализа и прогнозирования эффективности управления, оптимизации управленческих взаимоотношений и решений, а также психологию управленческой деятельности, управленческого общения и конфликтов, принятия управленческих решений в учебно-воспитательном процессе высшей школы.	4	ОК 1
5.	Педагогическая практика	Педагогическая практика нацелена на формирование у магистрантов компетенций, необходимых для организации и управления учебно-воспитательным процессом, и практических навыков методики преподавания и обучения в высшем учебном заведении.	3	ОК 1
<b>Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору</b>				
1.	ПК Организация и планирование научных исследований	Курс необходим для понимания процессов функционирования и развития науки и ее роли в современном обществе; для освоения теоретических и эмпирических методов научного исследования в контексте возможности их применения в исследовательской деятельности; получения навыков эффективно организовать персональную исследовательскую работ	3	ОК 2
2.	Методы исследования и анализ данных	Формирует у студентов базовые навыки владения языками SQL и PL/SQL, а также дает понимания о базовых принципах проектирования реляционных баз данных. В курсе рассматриваются основы теории моделирования данных и различных моделях данных, используемых в теории баз данных, изучение принципов проектирования, реализации и использования реляционных баз данных, приобретение умения и навыков работы на языке SQL как основного языка современных СУБД, а также с особенностями его применения в области финансового мониторинга, а также получение базовых представлений о назначении и основных классах экспертных систем, использующих СУБД.	3	ОК 2

3.	Методы и технологии обучения в высшей школе	Учебная дисциплина ориентирована на формирование практических навыков планирования, организации и анализа учебно-воспитательного процесса в вузе. В основе содержания учебной дисциплины - технология проектирования учебного процесса. Изучаются условия оптимального выбора эффективных методов, форм и технологий обучения в вузе.	4	ОК 2
4.	Критическое мышление и принятие решений	Учебная дисциплина направлена на формирование навыков анализа и осмысления поступающей информации и на основе этих процессов принятия решений, формирования суждений и отстаивания собственного мнения. В основе дисциплины лежит система приемов и стратегий обучения, основанная на базовой модели трех стадий организации учебного процесса: «вызов – осмысление – размышление».	4	ОК 2
5.	Основы академического письма	Дисциплина основывается на изучении основ построения академического текста, позволяющих представлять определения и описывать выводы, осуществлять письменную научную коммуникацию на основе четких и структурированных аргументов.	4	ОК 2
6.	Академический стиль в письме	Академическое письмо используется для презентации какой-либо идеи и ее последующего обсуждения. Целями освоения дисциплины являются ознакомление с основными особенностями научного стиля, изучение наиболее распространенных жанров академического дискурса, формирование навыков по созданию академических текстов (устных и письменных), овладение базовыми принципами коммуникации в академической среде.	4	ОК 2
7.	Количественные методы анализа в маркетинге	Изложение основных статистических и количественных методов применяемых в маркетинговых исследованиях, результаты которых могут быть использованы в практических целях и позволяют уменьшить риск от принятия решения в условиях неопределенности.	4	ОК 2
8.	Математика - статистический анализ экономических процессов	Изложение основных статистических методов, применяемых для анализа экономических процессов. Рассмотрение практических задач по формализации экономических проблем, построению математических моделей, содержательной интерпретации и анализе результатов вычислений.	4	ОК 2
<b>Цикл профилирующих дисциплин Вузовский компонент/Компонент по выбору</b>				
1.	Маркетинг - менеджмент	Дисциплина формирует системное представление и принципах и современных методах стратегического маркетинга. Магистранты приобретают навыки маркетингового анализа отрасли/рынка, навыки составления и проведения маркетингового аудита, формулируют цели и задачи маркетинга для каждого уровня принятия маркетинговых решений	5	ПК 1
2.	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	Дисциплина формирует знания о бизнес -анализе и методике организации его проведения; способствует решению задач профессиональной деятельности на основе информационной и экономическо- правовой культуры; подбору состава необходимой маркетинговой информации для проведения качественного и качественного бизнес-анализа. Магистранты подвергает анализу взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	5	ПК 1
3.	Маркетинговый анализ рынка	Дисциплина обеспечивает теоретической подготовкой по планированию и проведению маркетинговых исследований; исследований информационной системы маркетинговых исследований; формированию системного подхода к проблемам проведения маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений. Курс формирует знания принципы и методологии проведения маркетингового анализа; обучает методике отработки маркетинговой информации; обеспечивает теоретическую подготовку по планированию и проведению маркетинговых исследований	5	ПК 1
4.	Методология и методика маркетинговых	Дисциплина систематизирует и углубляет теоретические знания, углубляет знания приемов и способов организации и проведения маркетинговых исследований; развивает навыки	5	ПК 3

	исследований	разработки программ исследования; методов сбора и обработки информации; анализировать результаты. Приобретаются навыки профессиональной аргументации для обоснования и принятия управленческих решений		
5.	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями	Дисциплина направлена на приобретение навыков управления рекламным процессом, созданию, производству и проведение рекламной кампании. Задачи изучения дисциплины является формирование компетенций в области механизмов управления созданием и реализацией эффективного рекламного продукта, рекламной кампании	5	ПК 1
6.	Бренд менеджмент	Дисциплина систематизирует и углубляет теоретические знания в области брендинга, развивает ключевые компетенции в, вырабатывает профессиональные навыки по созданию и управлению портфелем брендов; знакомит с принципами и технологиями создания брендов для рынков b-to-c и b-to-b, основными моделями и понимание критериев оценки капитала бренда; прививает навыки разработки концепции позиционирования и моделирования бренд-имиджа.	5	ПК 1
7.	Брендинг товаров и услуг	Дисциплина вырабатывает профессиональный взгляд на деятельность по созданию и управлению брендами ; изучает типы брендов и их различные роли в марочном портфеле компании; теории и инструменты брендинга; формирует язык профессионального общения через освоение понятий, терминов и концепций в сфере брендинга товаров и услуг.	5	ПК 1
8.	Инновационный маркетинг	Планирование ассортимента и объема производства, цен, продвижения инновационной продукции/услуг, распределения ее между рынками, стимулирования сбыта. Изучение запросов потребителей, исследование спроса, оценка и продвижение рынка инновационной продукции/ услуги, мониторинг отрасли.	5	ПК3
9.	Маркетинговые технологии в цифровой экономике	Системное представление современной концепции Digital маркетинга, которая используется сегодня в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач, изучение основных разделов Digital маркетинга на уровне предприятия, приобретения студентами знаний и навыков в области использования инструментов Digital маркетинга в профессиональной деятельности	5	ПК3
10.	Системы искусственного интеллекта	Организационные и математические основы ИС. Инженерия знаний. Статистический подход к ИС. Интеллектуальные системы, логический вывод. Современные программные приложения систем ИИ. Технология проектирования экономических интеллектуальных систем (ИС). Проектирование и организация ИС «Дедукция». Нейронные сети. Самоорганизующиеся карты Кохонена. Методы кластерного анализа. Нейропакеты. Методы машинного обучения. Процесс Data Mining. Моделирование интеллектуальных систем.	5	ПК 3
11.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Дисциплина позволяет раскрыть современные подходы к организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности; Дисциплина формирует у магистрантов эффективное сочетание стратегии и тактики маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности в современных условиях.	5	ПК 2
12.	Глобальный маркетинг	Дисциплина изучает теории маркетинга международных компаний, освоение практики их маркетинговой деятельности, нацеленной на формирование и укрепление конкурентных позиций на мировых товарных рынках. Анализируются изменения, во внешней и внутренней среде международных компаний, в системе функций и наборе используемых стратегий; изучается взаимосвязь стратегии компании и формы международного маркетинга.	5	ПК 2
13.	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	Дисциплина формирует знания в области теории и практики современного маркетинга на финансовых рынках. Анализирует финансовый рынок и его маркетинговую среду. Проводит маркетинговые исследования на финансовых рынках и управляет маркетингом финансовых услуг. Рассматривает политику распределения организаций на финансовых рынках изучает коммуникационную политику	5	ПК 2

		организаций на финансовых рынках.		
14.	Рекламный менеджмент	Данная дисциплина направлена на формирование у магистрантов глубоких знаний и практических навыков в сфере современного рекламного менеджмента. Магистрант изучат ключевые концепции, инструменты и стратегии, применяемые для разработки и реализации эффективных рекламных кампаний в различных медиасредах.	5	ПК 2
15.	Актуальные проблемы промышленного маркетинга	Дисциплина изучает особенности маркетинга на промышленном рынке, анализируются взаимоотношения между субъектами промышленного рынка в процессе маркетинговой деятельности, изучаются особенности проведения маркетинговых исследований на промышленном рынке, разработка продуктовой стратегии, стратегий ценообразования, распространения и продвижения промышленных товаров.	5	ПК 2
16.	Исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения	Дисциплина углубляет знания о специфике исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения. Дисциплина формирует умения исследовать маркетинг-микс и выявлять потребности рынка промышленных товаров, разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия и достигать коммерческого успеха	5	ПК 2
17.	Исследовательская практика	Исследовательская практика проводится с целью ознакомления с новейшими теоретическими, методологическими и технологическими достижениями отечественной и зарубежной науки, современными методами научных исследований, обработки и интерпретации экспериментальных данных в области современных теоретических и практических проблем маркетинга, экономики и бизнеса	13	ПК 2, ПК3
18.	Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	Научно-исследовательская работа нацелена на подготовку магистранта к самостоятельной научно-исследовательской работе, связанной с научным поиском, проведением исследований, экспериментов в целях расширения имеющихся и получения новых знаний, проверки научных гипотез в области познания, решения научных и профессиональных задач, анализа и решения проблем в организации и управлении экономической деятельностью предприятий основным результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации	24	ОК1, ОК2, ПК1, ПК2, ПК3, ПК4

## 4. Компетенции и результаты обучения образовательной программы

### 4.1 Перечень компетенций и результатов обучения (НП)

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Шифр результата обучения	Содержание результата обучения по образовательной программе
ОК1	Способность аргументированно мыслить, понимать психологические основы управления и педагогической деятельности, методологию научных исследований и готовность к коммуникации в полиязычной среде	РО1	Определяет структуру, этапы и методы научного исследования, особенности аргументированного мышления, психологические основы и закономерности педагогической деятельности и управления
		РО2	Интегрирует навыки социального взаимодействия, межличностного, межкультурного и профессионально-педагогического общения, в устной и письменной формах на государственном, русском и английском языках
ОК2	Осуществление научно-исследовательской работы и профессионально-педагогической деятельности с использованием современных образовательных технологий	РО3	Планирует и осуществляет научно-исследовательскую и педагогическую деятельность, в том числе с использованием технологий критического мышления
		РО4	Демонстрирует знания и навыки академического письма, математической обработки и статистического анализа экспериментальных данных
ПК1	Способность к критическому мышлению, поиску, анализу, научному и прикладному исследованию рыночных возможностей при координировании предпринимательской деятельности фирмы в условиях новой среды	РО5	Анализирует экономическую, социальную, маркетинговую среду и формулирует бизнес-идеи и цели развития организации; выявляет и оценивает конкурентные преимущества организации.
		РО6	Способен создавать товары, бренды, организовывать продвижение товаров и услуг продуктов, формировать взаимоотношений с потребителями, с поставщиками на основе оригинального и креативного подхода
ПК2	Способность к организации проведения маркетингового анализа и оценки состояния и перспектив отраслевых, региональных и международных рынков, с использованием современных инновационных технологий	РО7	Оценивает актуальные проблемы по развитию маркетинга в различных отраслях экономики и умеет адаптировать мировой опыт маркетинговых технологий к условиям отечественного рынка а также осуществлять маркетинговую деятельность в условиях глобализации
		РО8	Использует современные концепции и тенденции в области промышленного маркетинга, подходы и методы, используемые для принятия маркетинговых решений на рынке промышленных товаров и услуг, анализирует проблемы прикладного маркетинга, определяющих производственную и коммерческую деятельность промышленного предприятия.
ПК3	Способность разрабатывать маркетинговые стратегии для предприятий различных сфер деятельности и форм собственности, а также Программы продвижения, развития и изменений компании и способность обеспечивать их реализацию	РО 9	Планирует и проводит комплексные маркетинговые исследования с использованием информационных технологий, искусственного интеллекта и применяет их результаты как ключевой ресурс при разработке стратегического плана маркетинга

ПК4	Способность интегрировать знания и формулировать суждения в области маркетинга для проведения научных исследований и постановки экспериментов, расширения профессиональных навыков и компетенций в рамках самостоятельного автономного обучения	РО 10	Умеет самостоятельно интегрировать, систематизировать, актуализировать знания и применять их на профессиональном уровне в научно-педагогической и исследовательской деятельности в области маркетинга.
-----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 4.2 Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе в целом с формируемыми компетенциями (НП)

	РО1	РО2	РО3	РО4	РО5	РО6	РО7	РО8	РО9	РО10
ОК1	X	X								
ОК2			X	X						
ПК 1					X	X				
ПК 2							X	X		
ПК 3									X	
ПК 4										X

## 4.3 Карта формирования компетенций (НП)

Шифр компетенции	Код дисциплины	ОК/БК/КВ	Название дисциплин, формирующих компетенции	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
ОК1	ИFN2022	БК	История и философия науки	5	150	тестирование
	ГYa 2022mag(NP)	БК	Иностранный язык (профессиональный)	4	120	тестирование
	PVSh 2022	БК	Педагогика высшей школы	4	120	тестирование
	PU 2022	БК	Психология управления	4	120	тестирование
	PP(M)2022	БК	Педагогическая практика	3	90	Отчет
	NIRM		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	24	720	Отчет
ОК2	PK OPNI2022	КВ	ПК Организация и планирование научных исследований	3	90	тестирование
	MIAD 2022		Методы исследования и анализ данных			тестирование
	MTOVSh 2022	КВ	Методы и технологии обучения в высшей школе	4	120	тестирование
	KMPR 2022		Критическое мышление и принятие решений			тестирование
	OAP 2022 mag	КВ	Основы академического письма	4	120	тестирование
	ASP 2022mag		Академический стиль в письме			тестирование
	KMAM2022	КВ	Количественные методы анализа в маркетинге	4	120	тестирование
MSAEP 2022		Математико - статистический анализ экономических процессов			тестирование	
ПК 1	MM 2022	БК	Маркетинг - менеджмент	5	150	тестирование
	BAMDKSR 2022	КВ	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	5	150	тестирование
	MAR 2022		Маркетинговый анализ рынка			
	BM2022	КВ	Бренд менеджмент	5	150	тестирование
	BTU2022		Брендирование товаров и услуг			
RM2022	КВ	Рекламный менеджмент	5	150	тестирование	

	MDRFU 2022		Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг			тестирование
	MMMI 2022	KB	Методология и методика маркетинговых исследований	5	150	Тестирование
	URMK 2022		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями			тестирование
ПК2	MOSD 2022	KB	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	тестирование
	GM 2022		Глобальный маркетинг			
	RM2022	KB	Рекламный менеджмент	5	150	тестирование
	MDRFU 2022		Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг			
	APPM 2022	KB	Актуальные проблемы промышленного маркетинга	5	150	тестирование
	IMMRPPTN 2022		Исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения			
	IP 2022	BK	Исследовательская практика	13	390	отчет
	NIRM		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	24	720	Отчет
ПК3	MMMI 2022	KB	Методология и методика маркетинговых исследований	5	150	тестирование
	URMK 2022		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями			
	InM 2022	KB	Инновационный маркетинг	5	150	тестирование
	MTCE 2022		Маркетинговые технологии в цифровой экономике			
	SP.2022mag		Системы искусственного интеллекта			
	IP (M) 2022		Исследовательская практика	13	120	Отчет
	NIRM		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	24	720	Отчет
ПК4	IP (M) 2022		Исследовательская практика	13	390	Отчет
	NIRM		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	24	720	Отчет

## 5. Концепция 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 2024-2025	План 2025-2026	План 2026-2027	План 2027-2028	
1	2	3	4	5	6	7	
<b>Задача 1.1</b> Модернизация образовательной среды и повышение качества обучения	общее количество студентов	чел.	50	52	55	55	
	доля иностранных студентов	%	10	11	11	12	
	доля рецензируемых образовательных программ зарубежными экспертами	%	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	%	80	80	85	85	
	количество дисциплин, преподаваемых на иностранных языках	шт.	10	11	11	12	
	количество штатных докторов PhD	чел.	5	5	5	5	
	количество ППС, обладателей государственных наград, премий, грантов	чел.	5	5	5	5	
	количество ППС, прошедших международные стажировки	чел.	6	7	7	7	
	количество ППС участвующие в академической мобильности	чел	1	2	2	3	
	<b>Задача 1.5</b> Внедрение современных форм практико-ориентированного обучения	доля обновляемости элективных дисциплин	%	15	15	16	16
количество междисциплинарных учебных курсов		шт	10	10	12	12	
доля образовательных программ, при разработке и реализации которых привлекались представители производства		%	100	100	100	100	
<b>Задача 2.1</b> Повышение научно-исследовательского потенциала университета	количество научных публикаций ППС кафедры	шт.	34	35	35	36	
	доля ППС кафедры, участвующего в выполнении научно-исследовательских тем	%	74	75	75	80	

	количество научных публикаций в журналах с ненулевым импакт-фактором (ThomsonReuters, SCOPUS, РИНЦ)	шт.	4	5	5	5	
	количество учебников, изданных под грифом МОН РК	шт.	1	2	2	2	
	количество изобретений, патентов, лицензий	шт.	-	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	2	2	2	
	количество научных публикаций студентов	шт.	12	12	15	15	
	количество научно-инновационных проектов	шт.	1	1	1	1	
	количество НИРС, получивших дипломы и награды за участие в международных конкурсах, конференциях	шт.	2	2	3	3	
	количество НИРС, получивших дипломы и награды за участие в республиканских конкурсах	шт.	1	2	2	2	
	количество совместных публикаций ППС и студентов, магистрантов, докторантов PhD	шт.	7	8	8	10	

### Лист согласования образовательной программы

Должность	Подпись	ФИО
Проектор по академическим вопросам		Д.э.н., проф. Накипова Г.Е.
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.