

ҚАЗҒҰТЫНУОДАҒЫ
ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ



КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор Карагандинского
университета, д.ф.н., профессор
Аймагамбетов Е.Б.



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

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
7М 04112 ОП «Маркетинг»
Уровень: магистратура (Профильное направление)

КАРАГАНДА 2024

Образовательная программа 7М04112 "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: «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

1. Паспорт образовательной программы.....	
2 Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы.....	
2.1 Присуждаемая степень	
2.2 Перечень должностей специалиста	
3. Содержание образовательной программы.....	
3.1 Учебный план образовательной программы	
3.2 Сведения о дисциплинах	
4. Компетенции и результаты обучения образовательной программы.....	
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	
5. Концепция развития образовательной программы.....	
6. Лист согласования программы.....	

1. Паспорт образовательной программы

Паспорт образовательной программы «Маркетинг»

№	Название поля	Примечание
1.	Регистрационный номер	7M04100205
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 04112 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 управленческую деятельность; приобретать научно-исследовательские навыки.
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	Профильное направление – 60 кредитов
17.	Присуждаемая степень	Профильное направление - магистр бизнеса и управления по ОП 7M04112 «Маркетинг»
18.	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	№ KZ34LAA00021414(0 0 5)
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	https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html 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 профильной подготовке - магистр бизнеса и управления по ОП 7М04112«Маркетинг»;

2.2 Перечень должностей специалиста

- при профильной подготовке –маркетолог, менеджера по продажам, начальник отдела маркетинга, директора по развитию, по стратегическому планированию, Digital-маркетолог, бренд-менеджер, руководителя отдела продаж;

3. Содержание образовательной программы «Маркетинг»

3.1 Учебный план образовательной программы «Маркетинг» (профильное направление)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА



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: 7М04112 Маркетинг

Вид образовательной программы: действующая

Присуждаемая степень: магистр бизнеса и управления по ОП 7М04112 "Маркетинг"

Срок обучения: 1 год

Очная форма обучения

прием 2024 года

Цикл дисциплины	Код дисциплины	ОК/ВК/КВ	Наименование дисциплины	Трудоемкость		Форма контроля	Виды учебной работы л/пр/СРОП/СРО	Распределение по семестрам		Шифр компетенций
				Кредиты KAZ/ECTS	академ. часы			1	2	
	БКМ 1.1 Базовый-коммуникативный модуль			10						
БД	ГУа 2022	ВК	Иностранный язык (профессиональный)	2	60	экз	0/30/30	2		PO1, PO2, PO3
БД	Men 2022	ВК	Менеджмент	2	60	экз	15/15/30	2		
БД	PU2022	ВК	Психология управления	2	60	экз	15/15/30	2		

БД	InM 2022	КВ	Инновационный маркетинг продукции и услуг	4	120	экз	15/30/15/60	4		
	MTDE2022		Digital маркетинг (продвинутый уровень)							
	SII 2022		Система искусственного интеллекта							
ПОМ 2.1 Профессионально-ориентированный модуль 1				29						
ПД	MM2022	ВК	Маркетинг-менеджмент	4	120	экз	15/30/15/60	4	ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, ПО8	
ПД	MOSD2022	КВ	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	экз	15/30/15/90	5		
	MMRPPTN2022	КВ	Маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения							
ПД	BM2022	КВ	Бренд менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90	5		
	URMK 2022	КВ	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями							
ПД	MDRFU 2022	КВ	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	5	150	экз	15/30/15/90	5		
	AMDKSR2022	КВ	Анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке							
ПД	PP 2022	ВК	Производственная практика	10	300	отчет		10		
Итого по модулям теоретического обучения и практической подготовки				39	1170			29	10	
ЭИМ 3.1 Экспериментально-исследовательский, итоговый модуль										
ЭИРМ	EIRM	ОК	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	13	390	отчет		1	12	ПО1 - ПО9
ИА	OZMP	ОК	Оформление и защита магистерского проекта	8	240				8	
Общая трудоемкость образовательной программы				60	1800			30	30	

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), профессиональным стандартом «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Проректор по академическим вопросам



Накипова Г.Е.

Директор ДАР ПВО



Даниярова М.Т.

Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики



Мажитова С.К.

3.2 Сведения о дисциплинах (Проф)

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Формируемые компетенции (коды) или РО
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент				
1.	Иностранный язык (профессиональный)	Дисциплина «Иностранный язык (профессиональный)» предназначена для магистрантов неязыковых специальностей. Изучение курса ведет не только к обогащению знаний и расширению научного кругозора по специальности, к более глубокому познанию процессов общения, но и позволяет магистрантам приобрести практические навыки, необходимые в будущей профессиональной деятельности	2	ОК 1
2.	Психология управления	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.	2	ОК 1
3.	Менеджмент	Изучение дисциплины «Менеджмент» способствует формированию системы концептуальных знаний в области менеджмента, навыков применения современных организационно-управленческих методов для повышения эффективности бизнес-процессов организации.	2	ОК 1
Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору				
1.	Инновационный маркетинг продукции и услуг	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.	4	ОК 2
2.	Digital маркетинг (продвинутый уровень)	В рамках курса студенты углубляют свои знания о цифровых платформах, инструментах аналитики и метрик, эффективных стратегиях контент-маркетинга и построения сообществ в онлайн. Основное внимание уделяется практическим навыкам, таким как оптимизация рекламных кампаний, работа с SEO и SEM, анализ данных для принятия маркетинговых решений. Курс также включает изучение последних тенденций в области digital-технологий и их влияния на маркетинговую практику.	4	ОК 2
3.	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.	4	ОК 2
Цикл профилирующих дисциплин Вузовский компонент/Компонент по выбору				
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	4	ПК 1

		и задачи маркетинга для каждого уровня принятия маркетинговых решений		
2.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Дисциплина раскрывает 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 1, ПК 2
3.	Маркетинг-микс продукции производственно-технического назначения	Углубляет знания о специфике исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения В рыночных условиях успешная деятельность рынка продукции производственно-технического назначения во многом зависит от качества маркетинговых решений, умелой и грамотной маркетинговой деятельности. Дисциплина формирует умения исследовать маркетинг-микс и выявлять потребности рынка промышленных товаров, разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия и достигать коммерческого успеха. .	5	ПК 1, ПК 2
4.	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, ПК 2
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, ПК 2
6.	Анализ маркетинговой деятельности компании на современном этапе	Дисциплина "Анализ маркетинговой деятельности компании " направлена на формирование профессиональных компетенций анализа, связанных с возможностью оценки влияния макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного управления; знание экономических основ поведения организаций; иметь представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли; умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате сравнительного анализа маркетинговых исследований и лучших практик.	5	ПК 1, ПК 2
7.	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 организаций на финансовых рынках.	5	ПК 1, ПК 2
8.	Производственная практика	Практика ориентирует магистрантов на приобретение практических навыков, компетенций и опыта профессиональной деятельности в области анализа экономических показателей, а также на освоение передового опыта и новейших технологий	10	ПК 2, ПК3
9.	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	Экспериментально-исследовательская работа нацелена на подготовку магистранта к самостоятельной экспериментально-исследовательской работе, связанной с научным поиском, проведением прикладных научных исследований и экспериментов, ориентированных на решение актуальных практических вопросов и самостоятельное принятие управленческих решений в профессиональной области	13	ОК1, ОК2, ПК1, ПК2, ПК3

4. Компетенции и результаты обучения образовательной программы

4.1 Перечень компетенций и результатов обучения (ПРОФ)

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Шифр результата обучения	Содержание результата обучения по образовательной программе
ОК1	Способность принимать управленческие решения в различных видах деятельности и полиязычной среде	РО1	Демонстрирует знания психологических механизмов управленческой деятельности в условиях постоянно меняющейся социальной действительности
		РО2	Реализует управленческие и коммуникативные навыки в профессиональной сфере и иноязычной среде.
ОК2	Применение знаний и практических навыков для понимания и решения проблем с использованием цифровых технологий в маркетинге	РО3	Понимает и применяет современные маркетинговые стратегии и технологий, способен адаптировать инновации и цифровые инструменты для эффективного управления и продвижения продуктов, а также использовать искусственный интеллект для оптимизации маркетинговых решений и улучшения взаимодействия с клиентами.
ПК1	Способность к креативному мышлению и творческому подходу в маркетинге при решении научно-прикладных задач и проблем в новой среде	РО4	Проявляет креативность и инициативу для решения сложных маркетинговых ситуаций и проблем, работая автономно и в команде, а также предвидя экономические последствия маркетинговых решений для всех заинтересованных сторон.
		РО5	Способен представлять результаты проведенного исследования и сообщать выводы, проблемы и решения
		РО6	Умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые мероприятия, обеспечивающие продвижение товара к потребителю и включающие в себя работу по формированию товара и его подачу потребителю, используя передовой опыт и актуальные знания в области маркетинга
ПК2	Владение методами анализа и принятия решений в сложных и нестандартных ситуациях в области организации и ведения маркетинговой деятельности, умение аргументировать свои идеи и результаты исследований	РО7	Имеет навыки анализа и решения практических проблем в организации и управлении экономической деятельностью организаций и предприятий в разрезе маркетинга
		РО8	Использует результаты анализа и обработки экспериментальных данных в практической деятельности для формирования собственных суждений, выводов и решений
ПК3	Способность планировать и проводить научно-прикладные и экспериментальные исследования в области маркетинга и рыночной деятельности, интегрировать знания в рамках самостоятельного автономного обучения	РО9	Умеет самостоятельно интегрировать, систематизировать, актуализировать знания и применять их на профессиональном уровне в исследовательской и управленческой деятельности в области маркетинговых исследований и разработок

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

	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9
OK1	X	X							
OK2			X						
ПК 1				X	X	X			
ПК 2							X	X	
ПК 3									X

4.3 Карта формирования компетенций (Проф)

Шифр компетенции	Код дисциплины	OK/БК/KB	Название дисциплин, формирующих компетенции	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
OK1	IYa 2022	БК	Иностранный язык (профессиональный)	2	60	тестирование
	Men 2022	БК	Менеджмент	2	60	
	PU 2022	БК	Психология управления	2	60	тестирование
OK 2	InM 2022	KB	Инновационный маркетинг продукции и услуг	4	120	тестирование
	MTDE2022		Digital маркетинг (продвинутый уровень)			
	SII 2022		Система искусственного интеллекта			
ПК 1	MM2022	БК	Маркетинг-менеджмент	4	120	тестирование
	MOSD2022	KB	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	тестирование
	MMRPPTN2022		Маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения			
	BM2022	KB	Бренд менеджмент	5	150	тестирование
	URMK 2022		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями			тестирование
	MDRFU 2022	KB	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	5	150	тестирование
	AMDKSR2022		Анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке			тестирование
	PP 2022	БК	Производственная практика	10	300	Отчет
EIRM	ОК	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	13	390	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
Задача 1.1 Модернизация образовательной среды и повышение качества	общее количество магистрантов	чел.	50	52	55	55
	доля иностранных магистрантов	%	10	11	11	12

обучения	доля рецензируемых образовательных программ зарубежными экспертами	%	100	100	100	100	
Задача 1.3 Повышение профессионального уровня ППС	доля магистрантов, 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	
Задача 1.5 Внедрение современных форм практико-ориентированного обучения	доля обновляемости элективных дисциплин	%	15	15	16	16	
	доля образовательных программ, при разработке и реализации которых привлекались представители производства	%	100	100	100	100	
Задача 2.1 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	
Задача 2.2 Создание многоканальной системы финансирования научных исследований	количество научных тем, выполняемых по результатам бюджетных конкурсов научно-	шт.	1	2	2	2	

	исследовательских проектов						
	количество научных публикаций обучающихся	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
Проректор 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.