ҚАЗТҰТЫНУОДАҒЫ
ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ

КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА

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

Одобрено на заседании
Ученого совета университета
Протокол № 8 от «28» 04 2026г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

7М04111 «МАРКЕТИНГ»

Уровень: магистратура (МА)

КАРАГАНДА 2026

Модульная образовательная программа 7М04111 "Маркетинг" составлена на основании Государственного общеобязательного стандарта высшего и послевузовского образования, утвержденного Приказом МНВО РК от 20.07. 2022 года № 2 (с изменениями от 22.04.2025г. №90), Правил организации учебного процесса по кредитоной технологии обучения 20 апреля 20211 года №152 (с изменениями и дополнениями от 12.04.2025 №2) профессионального стандарта (при наличии), Национальной рамки квалификаций.

Разработчики (академический комитет):

Мажитова С.К. - к.э.н., асс.профессор, 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, магистр

Меркулова Н.Л. - заместитель директора рекламного агентства ТОО «Алтын сөз»

Аубакиров Адильхан студентка гр. МК-24-2

Сафонов Вениамин магистрант гр. МК 25-2 НП

Рецензент (эксперт)

к.э.н., асс.профессор КНИУ им.Е. А. Букетова Райханова Г. А.

Образовательная программа обсуждена и одобрена на заседании академического комитета «18» марта 2026г., протокол №2

Образовательная программа рассмотрена и рекомендована на заседании учебно-методического совета университета.

Протокол № 4 от «26» марта 2026 г.

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	7М04100010
2.	Код и классификация области образования	7М04 Бизнес, управление и право
3.	Код и классификация направлений подготовки	7М041 Бизнес и управление
4.	Группа образовательных программ	М075 Маркетинг и реклама
5.	Наименование образовательной программы	7М 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 7М04111 «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	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	-
22.	«Условия реализации образовательной программы для лиц с инвалидностью и особыми образовательными потребностями»	Для обеспечения доступности образовательной программы предусмотрены следующие условия**:** Архитектурная доступность Доступ к адаптированной среде: пандусы, специальные аудитории и санитарные помещения. Учебно-методическое обеспечение Учебные материалы в альтернативных форматах (аудио, шрифт Брайля).

		Адаптированные методы оценки знаний (устные экзамены, продленное время, ассистенты). Организация образовательного процесса Индивидуальные учебные планы, дистанционные технологии, гибкий график занятий. Психолого-педагогическая поддержка Консультации специалистов (тьюторы, психологи), адаптационные мероприятия Повышение квалификации ППС по инклюзивному образованию.

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 2025 года

КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА

"УТВЕРЖДАЮ"
Протокол УС № 8 от "28" апреля 2026 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 2026 года

Цикл дисциплины	Код дисциплины	ОК/ВК/КВ	Наименование дисциплины	Трудоемкость		Форма контроля	Виды учебной работы л/пр/СРОП/СРО/Всего	Распределение по семестрам			
				Кредиты KAZ/ECTS	академ. часы			1	2	3	4
	НОМ 1.1 Научно-образовательный модуль										
БД	IiFN2022	ВК	История и философия науки	5	150	экз	15/30/15/90/150	5			
БД	IYa 2022mag(NP)	ВК	Иностранный язык (профессиональный)	4	120	экз	0/45/15/60/120	4			
БД	PVSh 2022	ВК	Педагогика высшей школы	4	120	экз	15/30/15/60/120	4			
БД	PsVShI 2022	ВК	Психология высшей школы	4	120	экз	15/30/15/60/120	4			
БД	PP(M)2022	ВК	Педагогическая практика	3	90	отчет			3		
	ППМ 1.2 Профессионально-педагогический модуль										
БД	PK OPNI2022	КВ	Полиязычный курс Организация и планирование научных исследований	3	90	экз	15/15/15/45/90	3			
	MIAD 2022		Методы исследования и анализ данных								
БД	MTOVSh 2022	КВ	Методы и технологии обучения в высшей школе	4	120	экз	15/30/15/60/120		4		
	KMPR 2022		Критическое мышление и принятие решений								
БД	OAP 2022 mag	КВ	Основы академического письма (англ)	4	120	экз	15/30/15/60/120		4		
	ASP 2022mag		Академический стиль в письме (англ)								
БД	KMAM2022	КВ	Количественные методы анализа в маркетинге	4	120	экз	15/30/15/60/120		4		
	MSAEP2022(NP)		Математико - статистический анализ экономических процессов								

	ПОМ 2.1 Профессионально-ориентированный модуль 1										
ПД	MMen2022	ВК	Маркетинг - менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90/150	5			
ПД	BAMDKSR2022	КВ	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	5	150	экз	15/30/15/90/150		5		
	MAR2022		Маркетинговый анализ рынка								
ПД	MMMI2022	КВ	Методология и методика маркетинговых исследований	5	150	экз	15/30/15/90/150		5		
	URMK2022NP		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями								
ПД	InM 2022	КВ	Инновационный маркетинг	5	150	экз	15/30/15/90/150			5	
	MTCE2022		Маркетинговые технологии в цифровой экономике								
	SII.2022mag		Системы искусственного интеллекта								
	ПОМ 2.2 Профессионально-ориентированный модуль 2										
ПД	MOSD 2022	КВ	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	экз	15/30/15/90/150			5	
	GM2022		Глобальный маркетинг								
ПД	RM2022	КВ	Рекламный менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90/150			5	
	MDRFU 2022		Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг								
ПД	APPM2022	КВ	Актуальные проблемы промышленного маркетинга	5	150	экз	15/30/15/90/150			5	
	IMMRPPTN 2022		Исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения								
ПД	BM2022(NP)	КВ	Бренд менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90/150			5	
	BTU2022		Брендирование товаров и услуг								
ПД	IP (M) 2022	ВК	Исследовательская практика	13	390	отчет					13
	Итого по модулям теоретического обучения и практической подготовки			**88**	**2640**			**25**	**25**	**25**	**13**
	НИМ 3.1 Научно-исследовательский, итоговый модуль										
НИРМ	NIRM		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	24	720	отчет		5	5	5	9
ИА	OZMD		Оформление и защита магистерской диссертации (ОиЗМД)	**8**	**240**						**8**
			Общая трудоемкость образовательной программы	**120**	**3600**			**30**	**30**	**30**	**30**

Учебный план 7M04111 "Маркетинг" составлен на основании Государственного общеобязательного стандарта послевузовского образования от 28 июня 2022г. №2 (с изменениями на 22.04.2020г.) и профессиональных стандартов «Деятельность в сфере защиты рынков»,“ Педагог (профессорско-преподавательский состав) организаций высшего и (или) послевузовского образования”, «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Проректор по академическим вопросам — **Тапенова Г.С.**

Директор ДАР ВПО — **Даниярова М.Т.**

Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики — **Мажитова С.К.**

3.2 Сведения о дисциплинах (НП)

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Результаты обучение (коды) или РО
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент				
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	РО 1 РО 2
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	
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	
4.	Психология высшей школы	Учебная дисциплина раскрывает широкий спектр вопросов, направленных на понимание психических, эмоциональных и социальных процессов, протекающих в вузовской среде. Курс ориентирован на освоение знаний о психологических особенностях участников образовательного процесса в вузе, мотивации и учебной активности, механизмах межличностных взаимодействий и способах их разрешения, о преодолении стресса, профилактике выгорания и развитии эмоциональной устойчивости.	4	
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	
Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору				
6.	Полиязычный курс 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	РО 3 РО 4
7.	Методы исследования и анализ данных	Учебная дисциплина направлена на формирование у магистрантов практика- ориентированных компетенций, связанных со сбором и интерпретацией научных данных. В рамках курса магистранты осваивают современные методы и инструменты получения, систематизации, обработки и анализа эмпирической информации, применяемой в научных исследованиях.	3 р3Н8$	РО 3 РО 4
8	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	РО 3 РО 4
9.	Критическое мышление	Учебная дисциплина направлена на формирование навыков анализа и осмысления поступающей информации и	4	РО 3

	и принятие решений	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».		РО 4
10.	Основы академического письма (анг)	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	РО 3 РО 4
11.	Академический стиль в письме (анг)	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	РО 3 РО 4
12.	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	РО 3 РО 4
13.	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	РО 3 РО 4
Цикл профилирующих дисциплин Вузовский компонент/Компонент по выбору				
14.	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	РО 5 РО 6
15.	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	РО 5 РО 6
16.	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	РО 5 РО 6
17.	Методология и методика маркетинговых исследований	Дисциплина систематизирует и углубляет теоретические знания, углубляет знания приемов и способов организации и проведения маркетинговых исследований; развивает навыки разработки программ исследования; методов сбора и обработки информации; анализировать результаты. Приобретаются навыки профессиональной аргументации для обоснования и принятия управленческих решений	5	РО 5 РО 6
18.	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями	Дисциплина направлена на приобретение навыков управления рекламным процессом, созданию, производство и проведение рекламной кампании. Задачи изучения дисциплины является формирование компетенций в области механизмов управления созданием и реализацией эффективного рекламного продукта, рекламной кампании	5	РО 5 РО 6
19.	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 B2B и B2C, основными моделями и	5	РО 5 РО 6

		понимание критериев оценки капитала бренда; прививает навыки разработки концепции позиционирования и моделирования бренд-имиджа.		
20.	Брендирование 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	РО 5 РО 6
21.	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	РО 7 РО 8
22.	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 обучающимися знаний и навыков в области использования инструментов Digital маркетинга в профессиональной деятельности	5	РО 7 РО 8
23.	Системы искусственного интеллекта	Организационные и математические основы ИС. Инженерия знаний. Статистический подход к ИС. Интеллектуальные системы, логический вывод. Современных 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	РО 7 РО 8
24.	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	РО 7 РО 8
25.	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	РО 9 РО 10
26.	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	РО 9 РО 10
27.	Рекламный менеджмент	Данная дисциплина направлена на формирование у магистрантов глубоких знаний и практических навыков в сфере современного рекламного менеджмента. Обучающиеся изучат ключевые концепции, инструменты и стратегии, применяемые для разработки и реализации эффективных рекламных кампаний в различных медиасредах.	5	РО 9 РО 10
28.	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	РО 9 РО 10
29.	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	РО 9 РО 10
30.	Исследовательская	Исследовательская практика проводится с целью ознакомления с новейшими теоретическими,	13	РО 10

	практика	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		
31.	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	РО 1 РО 2 РО 3 РО 4 РО 5 РО 6 РО 7 РО 8 РО 9 РО 10

4. Компетенции и результаты обучения образовательной программы
4.1 Перечень компетенций и результатов обучения (НП)

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Шифр результата обуч	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	Применяет философские методы анализа научной информации, психологические концепции и педагогические теории для решения образовательных задач, продуктивного взаимодействия со студентами, выбора эффективных технологий обучения и воспитания, развития критической рефлексии и профессионального саморазвития.
		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 предприни-мательской 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	Название дисциплин, формирующих компетенции	ОК/ВК/КВ	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
ОК1	IiFN2022	История и философия науки	ВК	5	150	тестирование
	IYa 2022mag(NP)	Иностранный язык (профессиональный)	ВК	4	120	тестирование
	PVSh 2022	Педагогика высшей школы	ВК	4	120	тестирование
	PsVShl2022	Психология высшей школы	ВК	4	120	тестирование
	PP(M)2022	Педагогическая практика	ВК	3	90	Отчет
	NIRM	Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации		24	720	Отчет
ОК2	PK OPNI2022	Полиязычный курс Организация и планирование научных исследований	КВ	3	90	тестирование
	MIAD 2022	Методы исследования и анализ данных				тестирование
	MTOVSh 2022	Методы и технологии обучения в высшей школе	КВ	4	120	тестирование
	KMPR 2022	Критическое мышление и принятие решений				тестирование
	OAP 2022 mag	Основы академического письма	КВ	4	120	тестирование
	ASP 2022mag	Академический стиль в письме (англ)				тестирование
	KMAM2022	Количественные методы анализа в маркетинге	КВ	4	120	тестирование
	MSAEP 2022 (NP)	Математико - статистический анализ экономических процессов				тестирование
ПК 1	MMen 2022	Маркетинг - менеджмент	ВК	5	150	тестирование
	BAMDKSR 2022	Бизнес-анализ маркетинговой	КВ	5	150	тестирование

		деятельности компании на современном рынке				
	MAR 2022	Маркетинговый анализ рынка				
	BM2022(NP)	Бренд менеджмент	КВ	5	150	тестирование
	BTU2022	Брендирование товаров и услуг				
	MMMI 2022	Методология и методика маркетинговых исследований	КВ	5	150	Тестировани е
	URMK 2022(NP)	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями				тестирование
ПК2	MOSD 2022	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	КВ	5	150	тестирование
	GM2022	Глобальный маркетинг				
	RM2022	Рекламный менеджмент	КВ	5	150	тестирование
	MDRFU 2022	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг				
	APPM2022	Актуальные проблемы промышленного маркетинга	КВ	5	150	тестирование
	IMMRPPTN 2022	Исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения				
	IP(M)2022	Исследовательская практика	ВК	13	390	отчет
	NIRM	Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации		24	720	Отчет
ПК3	MMMI 2022	Методология и методика маркетинговых исследований	КВ	5	150	тестирование
	URMK 2022	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями				тестирование
	InM 2022	Инновационный маркетинг	КВ	5	150	тестирование
	MTTsE 2022	Маркетинговые технологии в цифровой экономике				тестирование
	SII.2022mag	Системы исскуственного интелекта				тестирование
	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 магистратуры

Задачи	Целевой индикатор:	Показатели			
		Ед.изм.	2025-2026	2026-2027	2027-2028
ПРИОРИТЕТ 1. ПОСТРОЕНИЕ ДИНАМИЧНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ПОСРЕДСТВОМ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ					
Задача 1.2 Развитие послевузовского образования	Численность обучающихся по ОП	чел	4	5	6
	Количество магистрантов и докторантов, проходивших стажировку за рубежом за последний учебных год	чел			

	Количество выпускников с дипломом «с отличием»	чел	1	1	1
	Уровень трудоустройства выпускников	%	100%	100%	100%
Задача 1.3 Развитие непрерывного образования	Количество массовых открытых онлайн-курсов (МООК), разработанных вузом и представленных в открытом доступе в национальных и зарубежных образовательных платформах, таких, как moocs.kz, openu.kz, coursera.org и т.д.	шт.	1	2	2
Задача 1.4 Трансформация методов преподавания и развитие новых форм обучения	Количество ППС, прошедших повышение квалификации по профилю читаемых дисциплин в рамках ОП	чел.	8	9	9
	Количество практических работников, привлеченных к проведению учебных занятий, чтению элективных дисциплин	чел.	1	2	2
	Количество выпускных квалификационных работ, выполненных по заказу предприятий	шт.	1	2	2
ПРИОРИТЕТ 2. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА					
Задача 2.1 Повышение научно-исследовательского потенциала и инновационной активности университета	Доля преподавателей с ученой степенью	%	100%	100%	100%
	Количество преподавателей, имеющих звание «Лучший преподаватель», государственных наград, стипендий, грантов	чел.	2	3	3
	Общее число публикаций	ед	20	22	23
	Количество публикаций в журналах Web of science / Scopus	ед	2	3	3
	Число публикаций в перечне КОКСНВО	ед	5	6	7
	Количество цитирований публикаций	ед	3	4	4
	Индекс Хирша	ед	3	4	5
	Количество совместных публикаций с научными организациями	ед	4	5	5
	Количество совместных публикаций с промышленными бизнес-партнерами	ед	2	3	3
	Количество публикаций по ЦУР	ед	1	2	3
Задача 2.2 Создание многоканальной системы финансирования научных исследований кафедр	Общий объем финансирования НИР (государственное и негосударственное финансирование, международные гранты) ($Ф_{НИР}$)	тыс. тенге			
	Количество руководителей научных проектов	чел	2	3	3
	Число свидетельств по интеллектуальной собственности:	шт.	3	4	5

	лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений преподавателей				
Задача 2.3 Привлечение обучающихся в науку и производство	Число обучающихся-победителей на научно-практических конференциях, олимпиадах в Казахстане и странах СНГ	чел	1	2	2
	Число обучающихся - победителей на научно-практических конференциях, олимпиадах в дальнем зарубежье	чел.	1	2	2
	Число свидетельств по интеллектуальной собственности: лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений обучающихся	ед.	4	5	6
ПРИОРИТЕТ 3. ЭФФЕКТИВНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТА КАК РАВНОПРАВНОГО ПАРТНЕРА В МИРОВОЕ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО					
Задача 3.1 Соответствие международным стандартам качества в области исследовательских и образовательных программ	Число совместных образовательных программ двудипломного образования с зарубежными вузами с выдачей дипломов или сертификатов (ТОП -700 рейтинга QS)	ед.	1	1	1
	Количество дисциплин, преподаваемых на иностранных языках	ед.	2	3	3
	Количество совместных публикаций с представителями зарубежных организаций	ед	3	4	4
Задача 3.2 Благоприятная среда для обучения и исследований	Число иностранных обучающихся	чел	1	1	1
	Число иностранных преподавателей, задействованных в учебном процессе (не менее 2-х недель)	чел	1	1	1
	Число обучающихся по входящей внешней мобильности	чел	1	1	1
	Число обучающихся по исходящей внешней мобильности	чел	1	1	1
	Число выпускников вуза, получивших международные гранты или международные стипендии (кроме стипендии Болашак)	чел.	1	1	1
Задача 3.3 Повышение международного имиджа Карагандинского университета Казпотребсоюза	Число международных научных проектов	ед	1	1	1
	Количество стран с представителями которых реализуются научные проекты	ед	1	2	2
	Число ППС, имеющих диплом/ученую степень вузов дальнего зарубежья	чел	1	1	1
	Количество подписчиков на официальный интернет- ресурс кафедры в социальных сетях	чел	735	745	750
	Количество ссылок на сайт	ед.			

	университета на сайтах партнеров кафедры				
ПРИОРИТЕТ 4. РЕАЛИЗАЦИЯ ТРЕТЬЕЙ МИССИИ УНИВЕРСИТЕТА, ЧЕРЕЗ ФОРМИРОВАНИЕ У МОЛОДЕЖИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, ПАТРИОТИЗМА И ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ					
Задача 4.1 Реализация комплекса по патриотическому воспитанию и формированию гражданской активности молодежи	Количество дисциплин, охватывающих вопросы устойчивого развития	ед	4	5	5

Лист согласования образовательной программы

Должность	Подпись	ФИО
Проректор по академическим вопросам, PhD		Тапенова Г.С.
Директор ДАР ВПО, к.э.н, профессор		Даниярова М.Т.
Декан факультета финансовб логистики и цифровых технологий, к.э.н.		Мусипова Л.К.
Директор ДСР, PhD		Жумабекова М.Б.
Зав.кафедрой маркетинга и логистики		Мажитова С.К.