

ҚАЗҒҰТЫНУОДАҒЫ
ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ



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

7М 04112 ОП «Маркетинг»

Уровень: магистратура (МА)

(Профильное направление)

КАРАГАНДА 2026

Модульная образовательная программа 7М04112 "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 кредитной 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 студент 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	7M04112
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; 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



УТВЕРЖДАЮ
Протокол № 8 от 28 апреля 2025 г.
Ректор
А.И. Магамбетов 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: 7М04112 Маркетинг
Вид образовательной программы: действующая
Присуждаемая степень: магистр бизнеса и управления по ОП 7М04112 "Маркетинг"
Срок обучения: 1 год
Очная форма обучения
прием 2026 года

прил. 20.09.2023									
Цели дисциплины	Код дисциплины	ОК/ОКСЭД	Наименование дисциплины	Трудоемкость		Форма контроля	Время учебной работы л/р/СРС/П/СРС/ Всего	Распределение по семестрам	
				Кредиты KAZ/ECTS	акад. часы			1	2
БКСМ 3.1 Базовый коммуникативный модуль									
Б.Д	ГУа2022mag(Proof)	БК	Иностранный язык (профессиональный)	3	90	зкс	0/45/15/30/90	3	
Б.Д	МНМРП/2022mag	БК	Менеджмент и психология управления	3	90	зкс	30/15/15/30/90	3	
Б.Д	ИсМРС/2022	КВ	Инновационный маркетинг: продукция и услуги	4	120	зкс	15/30/15/60/120	4	
	DM (PU)/2022		Digital маркетинг (продвинутого уровня)						
	SH2022mag		Системы искусственного интеллекта						
ПОМ 3.1 Профессионально-примениваемый модуль 1									
П.Д	ММ2022(P)	БК	Маркетинг-менеджмент	4	120	зкс	15/30/15/60/120	4	
П.Д	ММСД2022	КВ	Маркетинг в отрасли и сфере деятельности	5	150	зкс	15/30/15/90/150	5	
	ММВУР/ТН2022	КВ	Маркетинг-аналитика: продукция производственно-технологического назначения						
П.Д	ВМ2022	КВ	Бренд-менеджмент	5	150	зкс	15/30/15/90/150	5	
	URMK 2022	КВ	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями						
П.Д	МДВРП/2022 P	КВ	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	5	150	зкс	15/30/15/90/150	5	
	АМДК/2022	КВ	Анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке						
П.Д	РР (М) 2022	БК	Предпринимательская практика	10	300	отчет			10
Всего по модулю теоретического обучения и практической подготовки					1170			29	10
ЭИМ 3.1 Экспериментально-исследовательский, итоговый модуль									
ЭИРМ	ЕИМ	ОК	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая предложение стратегии и выполнение магистерского проекта	13	390	отчет		1	12

ИА	ОЗМР	ОК	Оформление и защита магистерского проекта	8	240				8
Общая трудоемкость образовательной программы				60	1800			30	30

Учебный план составлен на основе Государственного общеобязательного стандарта послевузовского образования от 20 июля 2022г. №2 (с изменениями на 22.04.2025г.) и
Профессиональным стандартом «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Проректор по академическим вопросам

Директор ДАР ПВО

Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики

Тапенова Г.С.

Даниярова М.Т.

Мажитова С.К.

3.2 Сведения о дисциплинах (Проф)

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины(30-50 слов)	Кол-во кредитов	Результаты обучения (коды)или РО
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент				
1.	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.	3	РО 1 РО 2
2.	Междисциплинарный курс Менеджмент и психология управления	Дисциплина объединяет инструменты менеджмента и психологии для эффективного управления бизнес-процессами. Обучающиеся осваивают навыки лидерства, построения команд, мотивации сотрудников, управления конфликтами и принятия стратегических решений, необходимых для повышения конкурентоспособности и продуктивности современных компаний	3	
Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору				
4.	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	РО 3 РО 4
5.	Digitalмаркетинг (продвинутый уровень)	В рамках курса обучающиеся 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	РО 3 РО 4
6.	Системы искусственного интеллекта	Дисциплина формирует представление о современных системах искусственного интеллекта и возможностях их применения в бизнесе и управлении. Рассматриваются методы машинного обучения, интеллектуального анализа данных (Data Mining), нейронные сети, экспертные системы, технологии поддержки принятия решений и современные программные решения на основе искусственного интеллекта для повышения эффективности деятельности организаций.	4	РО 3 РО 4
Цикл профилирующих дисциплин Вузовский компонент/Компонент по выбору				
7.	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.	4	РО 5 РО 6

8.	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	PO 5 PO 6
9.	Маркетинг-микс продукции производственно-технического назначения	Углубляет знания о специфике исследования маркетинг-микс 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	PO 5 PO 6
10.	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 пониманием критериев оценки капитала бренда; прививает навыки разработки концепции позиционирования и моделирования бренд-имиджа.	5	PO 7 PO 8
11.	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями	Дисциплина направлена на приобретение навыков управления рекламным процессом, созданию, производству и проведение рекламной кампании. Задачи изучения дисциплины являются формирование компетенций в области механизмов управления созданием и реализацией эффективного рекламного продукта, рекламной кампании	5	PO 7 PO 8
12.	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	PO 7 PO 8
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 организаций на финансовых рынках.	5	PO 7 PO 8
14.	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	1 0	PO 5 PO 6 PO 7 PO 8
15.	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	1 3	PO 1 PO 2 PO 3 PO 4 PO 5 PO 6 PO 8 PO 9

4.3 Карта формирования компетенций (Проф)

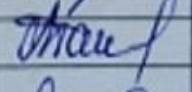
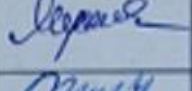
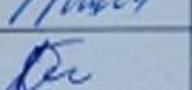
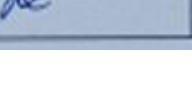
Шифр компетенции	Код дисциплины	ОК/ВК/КВ	Название дисциплин, формирующих компетенции	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
ОК1	IYa2022mag(Prof)	ВК	Иностранный язык (профессиональный)	3	90	тестирование
	MKMPU2022mag	ВК	МК Менеджмент и психология управления	3	90	тестирование
ОК 2	InM 2022	КВ	Инновационный маркетинг продукции и услуг	4	120	тестирование
	DM (PU)2022		Digital маркетинг (продвинутый уровень)			
	SII 2022mag		Система искусственного интеллекта			
ПК 1	MM2022	ВК	Маркетинг-менеджмент	4	120	тестирование
	MOSD2022	КВ	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	тестирование
	MMRPPTN2022		Маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения			
	BM2022	КВ	Бренд менеджмент	5	150	тестирование
	URMK 2022		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями			тестирование
	MDRFU 2022 P	КВ	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	5	150	тестирование
	AMDK2022		Анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке			тестирование
	PP (M) 2022	ВК	Производственная практика	10	300	Отчет
	EIRM	ОК	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	13	390	Отчет

5. План развития образовательной программы

Цель:	Целевой индикатор:	В плановом периоде			
		Ед.и зм.	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	3	4	5
	Количество магистрантов и докторантов, проходивших стажировку за рубежом за последний учебных год	чел	1	1	3
	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	чел.	1	2	2

	проведению учебных занятий, чтению элективных дисциплин				
	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 Введение 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: лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений преподавателей	шт.	3	4	5
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	Число совместных образовательных программ двудипломного образования с зарубежными вузами с выдачей дипломов или сертификатов (ТОП -700 рейтинга QS)	ед.	1	1	1
	Количество дисциплин,	ед.	2	3	3

программ	преподаваемых на иностранных языках				
	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 университета на сайтах партнеров кафедры	ед.			
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 финансов, логистики и цифровых технологий, к.э.н.		Мусипова Л.К.
Директор ДСР, PhD		Жумабекова М.Б.
Зав.кафедрой маркетинга и логистики, к.э.н., ассоц. проф.		Мажитова С.К.

