

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

АКАДЕМИК Е.А. БӨКЕТОВ АТЫНДАҒЫ ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ

«КЕЛІСІЛДІ»

Қарағанды облысының кәсіпкерлер палатасының директоры

Кульпеисов Е.Д.

2022 ж.

«КЕЛІСІЛДІ»

«Интерстройсервис и К» ЖШС директоры

Досжанов Б.С.

2022 ж.

«КЕЛІСІЛДІ»

«RATIONAL SOLUTION» ЖШС директоры

Жайлауов Е.Б.

«14» 2022 ж.

«БЕКІТЕМІН»

Академик Е.А. Бөкетов атындағы

Қарағанды университетінің

Басқарма төрағасы – Ректоры

Дулатбеков Н.О.

2022 ж.

«7M04111-Маркетинг»

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ

(2022-2024 оқу жылдарындағы қабылдау)

Деңгейі: Магистратура

Қарағанды, 2022

«7M04111-Маркетинг» білім бағдарламасы келесі құжаттар негізінде әзірленген:

- «Білім туралы» Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдедегі № 319-III Заңы;
- 2018 жылғы 31 тамыздағы № 604 Мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарты;
- Әлеуметтік әріптестік және әлеуметтік және еңбек қатынастарын реттеу жөніндегі республикалық үшжақты комиссияның 2016 жылғы 16 наурыздағы Ұлттық біліктілік шеңбері.
- 2018 жылғы 2 қазандағы № 152 «Кредиттік технология бойынша оқу үдерісін ұйымдастыру ережесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің бұйрығы
- 2018 жылдың 13 қазанынан бастап жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім берудің жіктеуіші. №569.
- «Атамекен» Қазақстан Республикасының Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының/төраға орынбасарының бұйрықтарымен бекітілген кәсіби стандарттарды:
 - 1) «Нарықты талдау саласындағы қызмет» (2019 жылғы 26 желтоқсандағы №263 бұйрыққа № 89 қосымша);
 - 2) «Әлеуметтік желілерді басқару (SMM)» (2019 жылғы 26 желтоқсандағы №263 бұйрыққа №88 қосымша);
 - 3) «Тауарларға пошта арқылы немесе Интернет арқылы тапсырыс беру арқылы бөлшек сауда» (2019 жылғы 27 желтоқсандағы №266 бұйрыққа №9 қосымша);
 - 4) «Брендті басқару» (2019 жылғы 26 желтоқсандағы № 263 бұйрыққа №92 қосымша);
 - 5) «Инновациялық өнімнің / қызметтердің маркетингі» (12.24.2019 жылғы №259 бұйрыққа №4 қосымша);
 - 6) «Электрондық коммерция саласында қызметтер көрсету» (2019 жылғы 27 желтоқсандағы №266 бұйрыққа №14 қосымша);
 - 7) «Шағын (орта) компанияны басқару» (2019 жылғы 26 желтоқсандағы №263 бұйрыққа №95 қосымша).

Мазмұны

№	Білім беру бағдарламасының паспорты	Страницы
1	Білім беру бағдарламасының коды және атауы	4
2	Білім беру саласының, даярлау бағыттарының коды және жіктелуі	4
3	Білім беру бағдарламаларының тобы	4
4	Кредиттер көлемі	4
5	Оқыту түрі	4
6	Оқыту тілі	4
7	Берілетін дәреже	4
8	БББ түрі	4
9	БСХСЖ бойынша деңгей	4
10	ҰБШ бойынша деңгей	4
11	СБШ бойынша деңгей	4
12	БББ ерекшеліктері	4
	Серіктес ЖОО (СОП)	
	Серіктес ЖОО (ДДОП)	
13	Кадрларды даярлау бағытына арналған лицензияға қосымшаның нөмірі	4
14	Аккредиттеу органының атауы және БББ аккредиттеудің қолданылу мерзімі	4
15	БББ мақсаты	4
16	Түлектің біліктілік сипаттамасы	4
а)	Түлек лауазымдарының тізбесі	4
б)	Түлектің кәсіби қызметінің саласы мен объектілері	4
в)	Түлектің кәсіби қызмет түрлері	5
г)	Түлектің кәсіби қызметінің функциялары	5
17	Құзыреттер негізінде оқыту нәтижелерін тұжырымдау	7
18	Оқыту нәтижелеріне сәйкес пәндер модульдерін анықтау	8
19	Оқу нәтижелеріне қол жеткізу матрицасы	9
20	Модуль шеңберінде оқыту және бағалау әдістерімен жоспарланған оқыту нәтижелерін келісу	13
21	Оқу нәтижелерінің қол жетімділігін бағалау критерийлері	14
22	Түлек моделі	16

Білім беру бағдарламасының паспорты

1. Білім беру бағдарламасының коды және атауы: 7M04111-Маркетинг
2. Білім беру саласының, даярлау бағыттарының коды және жіктелуі: 7M04-Бизнес, басқару және құқық, 7M041-Бизнес және басқару
3. Білім беру бағдарламаларының тобы: 7M041-Маркетинг және жарнама
4. Кредиттер көлемі: 120
5. Оқыту түрі: күндізгі
6. Оқыту тілі: қазақ, орыс
7. Берілетін дәреже: «7M04111-Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша экономика ғылымдарының магистрі
8. БББ түрі: қолданыстағы
9. БСХСЖ бойынша деңгей: 7
10. ҰБШ бойынша деңгей: 7
11. СБШ бойынша деңгей: 7
12. БББ ерекшеліктері: жоқ
Серіктес ЖОО (СОП): -
Серіктес ЖОО (ДДОП): -
13. Кадрларды даярлау бағытына арналған лицензияға қосымшаның нөмірі: KZ83LAA00018495, 28.07.2020 ж. №016 қосымша
14. Аккредиттеу органының атауы және БББ аккредиттеудің қолданылу мерзімі: БСҚТА, №SEA куәлігі № 0168/8, берілген күні: 10.06.2019 ж., қолданылу мерзімі 07.06.2024 ж. дейін
15. БББ мақсаты: Маркетинг саласында іргелі ғылыми және терең кәсіби білімі бар, ғылымда, білім мен бизнесте өз әлеуетін іске асыра алатын жоғары білікті мамандарды даярлау.
16. Түлектің біліктілік сипаттамасы
 - а) Түлек лауазымдарының тізбесі:
 - кіші (орта) фирманың басшысы;
 - маркетинг қызметінің жетекшісі;
 - өткізу және маркетинг жөніндегі басшылар (басқарушылар);
 - жарнама және қоғаммен байланыс жөніндегі басшылар (басқарушылар);
 - маркетингтолог;
 - сарапшы-маркетингтолог;
 - маркетингтік компаниялардың талдаушысы;
 - SMM-менеджер;
 - электрондық сауда менеджері;
 - жарнама, маркетинг және қоғаммен байланыс саласындағы кәсіби мамандар.
 - б) Түлектің кәсіби қызметінің саласы мен объектілері:

7M04111-Маркетинг білім беру бағдарламасы бойынша түлектердің кәсіби қызмет саласы болып табылады:

- басқару;
- кәсіпкерлік;
- коммерциялық;
- ғылыми-зерттеу.

7M04111-Маркетинг білім беру бағдарламасы бойынша магистрлердің кәсіби қызметінің объектілері болып келесі жүйелер, құбылыстар, үдерістер табылады:

- сатылатын тауарлар, жұмыстар, қызметтер, мүліктік құқықтар (оның ішінде зияткерлік меншікке);
- өнім-технологиялық инновациялар;
- өткізу нарықтары (кәсіпкерлік субъектісі үшін қызығушылық тудыратын барлық осы тауар нарығына қатысушылар) және кәсіпкерлік субъектісінің мүддесі үшін зерттелетін сатып алу нарықтары;
- коммерциялық емес ұйымдардың мүдделері үшін зерттелетін сатып алу нарықтары, мақсатты аудиториялар (өткізу нарықтарының орнына);
- мемлекеттік органдар мен халықаралық ұйымдардың мүдделері үшін зерттелетін нарықтар;
- жергілікті, өңірлік, ұлттық және халықаралық деңгейлерде нарықтық қызметті реттеу процестері;
- кәсіпкерлік субъектілері мен мемлекеттік-жекешелік әріптестік субъектілерінің бизнес-процестері мен бизнес-модельдері;
- маркетингтік коммуникациялар және интернет;
- сату арналары мен интернет;
- маркетингтің ақпараттық жүйелері және интернет;
- корпоративтік мәдениет және клиенттермен қарым-қатынасты басқару жүйелері;
- әр түрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы ұйымдардың, жеке кәсіпкерлердің, ұйымдар бірлестіктерінің немесе/және жеке кәсіпкерлердің маркетингтік қызметін басқару процестері.

в) Түлектің кәсіби қызмет түрлері:

- сауда-делдалдық;
- коммуникативтік;
- ұйымдастырушылық-басқарушылық;
- ақпараттық-аналитикалық;
- ғылыми-зерттеу және жобалау;
- педагогикалық.

г) Түлектің кәсіби қызметінің функциялары:

1) *жобалау қызметі:*

- логистикалық жабдықтауды, сатуды, кәсіпорынның баға саясатын жоспарлау және басқару, интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар арқылы, соның ішінде интернетте және әлеуметтік желілерде компания өнімін жылжыту;

- сату мақсаттарын қолдау үшін жарнамалық стратегиялар мен науқандарды жоспарлау, дамыту және ұйымдастыру;
- жарнамалық науқандар мен коммуникациялық стратегияларды жоспарлау және ұйымдастыру;
- перспективалы стартап-жобаларды әзірлеу, бизнес-жоспарлауды жүзеге асыру;
- компанияның маркетингтік жоспарын әзірлеу оны бюджеттеу, жоспарланған маркетингтік іс-шаралардың орындалуын үйлестіру және тұрақты бақылау, сондай-ақ кәсіпорындағы маркетинг бөліміне жалпы басшылықты жүзеге асыру;
- жарнама, қоғаммен байланыс, жаңа өнімдер жасау, басқа менеджерлермен ынтымақтастықта сату және маркетинг саласындағы саясат пен жоспарларды әзірлеу және жүзеге асыру;

– компания үшін маңызды көрсеткіштердің динамикасын болжау.

2) өндірістік-технологиялық қызмет:

- маркетингте аналитикалық зерттеулер жүргізу, интернет желісіндегі трафикті зерттеу (компаниялардың сайттары мен әлеуметтік парақтары);
- жарнама үшін жарнамалық мәтіндер мен сценарийлер жазу, сондай-ақ теледидар мен кино өндірісін үйлестіру, бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама орналастыру;
- тұтынушылардың мінез-құлқы мен қалауы туралы мәліметтерді жинау және талдау;
- тұтынушылардың қазіргі және болашақ бейімділіктерін түсіндіру және болжау;
- жаңа тауарлар мен қызметтердің әлеуетті сұранысы мен нарықтық сипаттамаларын зерттеу;
- маркетингтік мақсаттарды, стратегиялар мен бағдарламаларды дайындау және іске асыру арқылы бизнесті кеңейту мен дамытуға жәрдемдесу;
- жаңа және қолданыстағы тауарлар мен қызметтерге қатысты маркетингтік мүмкіндіктерді анықтау үшін маркетингтік зерттеулерді тағайындау және жүргізу.

3) ұйымдастыру-басқару қызметі:

- маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және алынған нәтижелерді талдау;
- нарықтық конъюнктураны ескере отырып, өнімнің / компанияның нарықтағы орнын жақсарту үшін ұсыныстар әзірлеу;
- жаңа өнімдер жасау немесе ғылыми зерттеулер жүргізу бойынша бастамаларды дамыту бағыты;
- маркетинг, қоғаммен байланысты жүзеге асыру және жарнамалық науқандар өткізу;
- өнім ассортиментін анықтау және өткізу қызметін басқару, клиенттерге қызмет көрсету стандарттары, мерчандайзинг әдістері және өнімді тарату саясаты;
- кредиттік келісімдер мен бағаларды белгілеу;
- ресурстарды тиімді пайдалануды қамтамасыз ету үшін бюджеттерді әзірлеу және басқару және шығындарды бақылау.

4) сервистік қызмет:

- өнімдер портфолиосы, баға, жарнама және сатуды жылжыту, сату және тарату арналарын қоса алғанда, маркетингтің барлық аспектілері бойынша кеңес беру.

5) ғылыми-зерттеу және педагогикалық қызмет.

17. Құзыреттіліктер негізінде оқыту нәтижелерін тұжырымдау

Құзыреттілік түрі	Оқыту нәтижесінің коды	Оқыту нәтижесі (Блум таксономиясы бойынша)
1. Мінез-құлық дағдылары және жеке қасиеттер: (Soft skills)	ОН 1	Ғылыми зерттеулердің өз саласында өзекті міндеттерді қою және шешу үшін ғылым философиясының негізгі түсініктері мен категорияларын меңгерген
	ОН 2	Білім алушылардың жас және жеке ерекшеліктерін ескере отырып, оқу-тәрбие процесін ұйымдастыру мақсатында оқу процесінде заманауи білім беру бағдарламаларын қолданады
	ОН 3	Басқару психологиясы саласындағы мәселелерді шешу үшін коммуникацияларға дайын
	ОН 4	Кәсіби қызмет міндеттерін шешу үшін үш тілде вербалды және вербалды емес нысанда еркін, қолжетімді және сенімді түрде хабарласа алады
2. Сандық құзыреттер: (Digital skills):	ОН 6	Маркетинг тұжырымдамасының жүйелі түсінігін көрсетеді, қазіргі экономикалық даму жағдайындағы маркетингтің цифрлық трансформациясының ерекшелігін талдайды
	ОН 8	Қазақстандық нарық жағдайларының ерекшелігін ескере отырып, маркетинг саласындағы өзіндік зерттеулерімен ұлттық және халықаралық ғылымға үлес қосады, көрсетілетін қызметтер саласын диджитализациялау, сондай-ақ өнеркәсіптік өндіріс жағдайларында, оның ішінде өнеркәсіптік кластерлер ұсынған күрделі интеграцияланған құрылымдар шеңберінде қазіргі заманғы цифрлық құралдарды пайдалану проблемасын шешеді
3. Кәсіби құзыреттер: (Hard skills)	ОН 5	Ағылшын тілінде кәсіби терминдерді пайдалануда және мамандандырылған мәтіндерді аудару кезінде тілдік құралдарды іріктеуде құзыретті
	ОН 7	Маркетингтік зерттеулердің жекелеген түрлерін: бәсекелестікті; конъюнктураны, нарық сыйымдылығын; нарықтың фирмалық құрылымын; маркетинг кешенінің компоненттерін, кәсіпорынның жұмыс істеуінің ішкі ортасын жүргізу үшін пайдаланылатын зерттеу дағдылары мен әдістерін меңгерген
	ОН 9	Мемлекеттің жаңа индустриялық-инновациялық саясатын іске асырудың басымдықтары мен тетіктері туралы кеңінен түсінік алу мақсатында инновациялық процестер циклдерін болжау және экономикалық-математикалық модельдеудің теориялық және әдістемелік негіздерін меңгерген
	ОН 10	Кәсіпорынның маркетингтік кешенін дербес қалыптастырады және тауарлар мен қызметтер нарығында маркетингтік құралдарды басқарады, нарықтық жағдайларға сәйкес стратегияны таңдайды

18. Оқыту нәтижелеріне сәйкес пәндер модульдерін анықтау

Оқыту нәтижесінің коды	Модуль атауы	Пәндер атауы	Көлемі (ECTS)
ОН 1	Әлеуметтік-гуманитарлық білімнің философиялық және тарихи аспектілері	Ғылым тарихы мен философиясы	4
ОН 2		Жоғары мектеп педагогикасы	4
ОН 3		Басқару психологиясы	4
ОН 2		Педагогикалық тәжірибе	4
ОН 4	Кәсіби тілдер	Шетел тілі (кәсіби)	4
ОН 4, ОН 5		Маркетингтегі кәсіби шетел терминологиясы (ағылшынша)	5
		Шетел тіліндегі іскерлік қарым-қатынас (ағылшынша)	
ОН 9	Экономиканың инновациялық дамуы	Ғылыми және ғылыми- техникалық қызмет нәтижелерін коммерциализациялау	5
ОН 6, ОН 9		Инновациялық бизнес-жобаларды басқару	
		Маркетингтегі инноватика	5
		Маркетингтің цифрлық трансформациясы	
ОН 6, ОН 10	Стратегиялық маркетинг	Маркетинг-менеджмент	5
ОН 5, ОН 7		Маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру (ағылшынша)	5
ОН 5, ОН 10		Стратегиялық маркетинг (ағылшынша)	4
		ОН 9	Математикалық әдістер мен модельдер
ОН 6, ОН 9	Экономикалық зерттеу әдістері		
	ОН 5, ОН 6	Маркетингтегі экономикалық-математикалық талдау	5
		Маркетингтік метрика және аналитика	4
ОН 6, ОН 8, ОН 10	Тұтынушылар мінез-құлқын ұйымдастырудың жалпы моделі (ағылшынша)		
	Маркетингтік коммуникациялар және қазіргі бизнестегі жарнама (ағылшынша)	4	
	ОН 6, ОН 8		Брендинг (ағылшынша)
Әлеуметтік желілердегі имидждік саясат (ағылшынша)		4	
Ғаламдық тұтыну нарықтары			
ОН 5, ОН 7, ОН 9	Ғылыми-зерттеу жұмысы	Өнеркәсіптік кластерлер және сандық экономика	24
		Тағылымдамадан өтуді және магистрлік диссертацияны орындауды қоса алғанда, магистранттың ғылыми-зерттеу жұмысы	
		Зерттеу	
ОН 6, ОН 7, ОН 8, ОН 9, ОН 10	Қорытынды аттестация	Магистрлік диссертацияны рәсімдеу және қорғау	12

19. Оқу нәтижелеріне қол жеткізу матрицасы

№ р/с	Пәндер атауы	Пәннің қысқаша сипаттамасы (30-40 сөз)	Кредитте р саны	Қалыптастырылатын оқыту нәтижелері (кодтар)										
				ОН 1	ОН 2	ОН 3	ОН 4	ОН 5	ОН 6	ОН 7	ОН 8	ОН 9	ОН 10	
Негізгі пәндер циклі ЖОО компоненті														
D1	Ғылым тарихы мен философиясы	Мақсаты: ғылыми танымның жалпы заңдылықтары туралы білімді оның тарихи дамуы мен өзгертін әлеуметтік-мәдени аспектісінде қалыптастыру. Міндеттері: - танымдық қызмет ретінде Ғылым туралы білімді жүйелеу; - ғылыми таным ерекшеліктерін, ғылыми қызметтің институционалдық нысандарының генезисін зерттеу.	4	+										
D2	Жоғары мектеп педагогикасы	Мақсаты: педагогиканың теориялық негіздері, жоғары мектепте оқу процесін басқару туралы білімді қалыптастыру. Міндеттері: - ЖОО-да білім беру-тәрбие үрдісін ұйымдастыру туралы түсінік қалыптастыру; - педагогтердің әдіснамасы мен этикасын оқыту; - жоғары мектепте оқу процесін ұйымдастыру ерекшелігінің негіздемесі.	4		+									
D3	Басқару психологиясы	Мақсаты: басқарудың әлеуметтік-психологиялық принциптерінің заңдылықтары мен ерекшеліктері туралы жүйелі идеяларды қалыптастыру. Міндеттері: - басқару психологиясының теориялық ережелері мен өзекті мәселелерін зерттеу; - - басқару психологиясының ерекшеліктерін және басшының жеке қасиеттерін дамыту.	4				+							
D4	Шетел тілі (кәсіби)	Мақсаты: әлеуметтік-коммуникативтік міндеттерді шешу үшін магистранттардың шет тілін меңгеру деңгейін жетілдіру. Міндеттері: - пікір білдіру, шешімдер мен іс-әрекеттерді дәлелдеу, әлеуметтік-маңызды процестер мен проблемаларды талдау дағдыларын меңгеру; - үш негізгі компонентті еркін пайдалану: қарым-қатынас саласы және тақырыптар; әлеуметтік-мәдени таным; лингвистика.	4					+						
Негізгі пәндер циклі Таңдау бойынша компонент														
D5	Маркетингтегі кәсіби шетел терминологиясы (ағылшынша)	Мақсаты: зерттеу және маркетингтік міндеттерді шешу үшін шет тілінде тұжырымдамалық-категориялық аппаратты қолдану туралы білімді қалыптастыру. Міндеттері:	5					+	+					

		- лингвистикалық және экономикалық ғылымдардың теориялық-әдіснамалық негізінде ғылыми-зерттеу және кәсіби қызметті ұйымдастыру; - шет тілін маркетингтік ортада қарым-қатынас құралы ретінде пайдалану.												
	Шетел тіліндегі іскерлік қарым-қатынас (ағылшынша)	Мақсаты: ағылшын тілінде іскерлік қарым-қатынасты ұйымдастыру бойынша білімді қалыптастыру. Міндеттері: - экономикалық қызметпен байланысты мамандандырылған жағдайларда диалогтік және монологтық сөйлеуді қолдану; - шет тілінде сұрақтарға жауапты стилистикалық сауатты, логикалық дұрыс баяндау дағдысын дамыту.	5										+	+
D6	Ғылыми және ғылыми-техникалық қызмет нәтижелерін коммерциализациялау	Мақсаты: инновациялық бизнесті жүргізу саласындағы білім мен құзыреттілікті жетілдіру, білім алушыларда зияткерлік еңбек нәтижелерін коммерциализациялау дағдыларын қалыптастыру. Міндеттері: - инновациялар менеджменті саласында базалық білім алу; - инновациялық жобаларды іске асыру және зияткерлік еңбек нәтижелерін коммерциализациялау үшін практикалық дағдыларды пайдалану.	5											+
	Инновациялық бизнес-жобаларды басқару	Мақсаты: инновациялық құрамдас бөлігі бар жобаларды тиімді басқару мәселелері бойынша дағдыларды қалыптастыру. Міндеттері: - инновациялық жобаның мақсатын, пәндік салаларын және құрылымын айқындаудың негізгі қағидаты бойынша білім алу; - инновациялық жобаны іске асыру барысында туындайтын есептерді шешу алгоритмін пайдалану бойынша дағдыларды жетілдіру.	5											+
D7	Маркетингтегі инноватика	Мақсаты: ұйымның инновациялық бизнес ортасын, әсіресе оның маркетингтік қызметі аясында бағалау негіздері туралы идеяларды қалыптастыру. Міндеттері: - кәсіпорында қолданылатын инновациялық технологияларды әзірлеу және тиімділігін бағалау дағдыларын жетілдіру; - маркетингтегі прогрессивті инновациялық технологияларды зерттеу бойынша құзыреттілікті дамыту.	5										+	+
	Маркетингтің цифрлық трансформациясы	Мақсаты: маркетингтің цифрлық трансформациясы саласындағы негізгі ұғымдар мен тұжырымдамалық негіздер туралы білімді қалыптастыру. Міндеттері: - маркетингтік қызметтер қызметінде цифрлық технологияларды қолдану дағдыларын дамыту; - қызмет көрсету саласын цифрландыру жағдайында компанияның маркетингтік қызметін тиімді ұйымдастыру мәселелері бойынша білімді жетілдіру.	5										+	+
Бейіндік пәндер циклі ЖОО компоненті														
D8	Маркетинг-менеджмент	Мақсаты: басқарудың практикалық дағдыларын қалыптастыру, сондай-ақ компания қызметінің негізгі бағыттарын жоспарлау. Міндеттері: - нарықтық экономика жағдайында басқарудың теориялық негіздері мен	5										+	+

		заңдылықтары бойынша білімді қорыту; - компанияның стратегиялық және операциялық міндеттерін шешу үшін маркетинг-менеджмент құралдарын қолдану дағдыларын дамыту.												
D9	Маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру (ағылшынша)	Мақсаты: маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу бойынша теориялық-практикалық білім мен дағдыларды қалыптастыру. Міндеттері: - маркетингтік зерттеулердің мәні және оларды жүргізу кезінде қолданылатын әдістер туралы негізгі білім алу; - ағылшын тілінде маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізудің практикалық дағдыларын дамыту.	5						+		+			
D10	Стратегиялық маркетинг (ағылшынша)	Мақсаты: кәсіпорынның стратегиялық дамуы шеңберіндегі маркетингтің сыртқы және ішкі ортасын талдау туралы білімді қалыптастыру. Міндеттері: - кәсіпорынның маркетингтік ортасының жай-күйі туралы ақпаратты жүйелеу және қорыту дағдыларын алу; - кәсіпорында маркетингтік стратегияны әзірлеудің практикалық дағдыларын жетілдіру.	4						+					+
Бейіндік пәндер циклі Таңдау бойынша компонент														
D11	Математикалық әдістер мен модельдер	Мақсаты: экономикалық құбылыстарды зерттеуде қолданылатын негізгі математикалық модельдер мен әдістер туралы білімді қалыптастыру. Міндеттері: - экономикалық мәселелерді шешу үшін заманауи математикалық құралдарды қолдану ерекшеліктері туралы ақпаратты зерттеу; - экономикалық құбылыстар мен процестерді бағалау және болжаудың практикалық дағдыларын алу.	4											+
	Экономикалық зерттеу әдістері	Мақсаты: талдаудың сандық әдістерін пайдалана отырып, экономикалық сипаттағы міндеттерді шешудің практикалық дағдыларын меңгеру. Міндеттері: - зерттеу жүргізу кезінде ұғымдық-категориялық аппаратты, экономикалық ғылымның негізгі заңдарын қолдану туралы білімді жетілдіру; - экономикалық зерттеу әдістерін тәжірибеде қолдану дағдыларын дамыту.	4											+
D12	Маркетингтегі экономикалық-математикалық талдау	Мақсаты: маркетингтік міндеттерді шешу үшін математикалық модельдеу әдістерін практикада қолдану бойынша білім мен іскерлікті қалыптастыру. Міндеттері: - маркетингте экономикалық-математикалық талдау жүргізудің теориялық негіздерін меңгеру; - экономикалық үдерістерді модельдеу және оларды талдау үшін математикалық әдістерді қолданудың практикалық дағдыларын дамыту.	5							+				+
	Маркетингтік метрика және аналитика	Мақсаты: негізгі маркетингтік өлшемдер және оларды практикада қолдану ерекшеліктері туралы тұтас көзқарасты қалыптастыру. Міндеттері: - маркетингтік өлшемдердің мәні туралы теориялық білімді меңгеру; - кәсіпорынның маркетингтік жүйесінің жұмысын оңтайландыру және талдау үшін маркетингтік өлшемдерді қолданудың практикалық дағдыларын дамыту.	5							+				+

D 13	Тұтынушылар мінез-құлқын ұйымдастырудың жалпы моделі (ағылшынша)	Мақсаты: тұтынушылардың сұранысы мен қалауындағы өзгерістерді анықтауға мүмкіндік беретін білім мен дағдыларды қалыптастыру. Міндеттері: - әлеуетті тұтынушылардың қажеттіліктерін, сұраныстары мен қалауларын құрылымдау әдістері туралы ақпаратты үйрену дағдыларын алу; - сатып алушының мотивациясына әсер етуге мүмкіндік беретін факторларды анықтау дағдыларын дамыту.	4						+	+				
	Маркетингтік коммуникациялар және қазіргі бизнестегі жарнама (ағылшынша)	Мақсаты: ағылшын тілінде маркетингтік коммуникацияның кешенді жоспарларын әзірлеу және іске асыру дағдыларын қалыптастыру. Міндеттері: - интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар жүйесін практикада пайдаланудың негізгі қағидаттарын меңгеру; - кәсіпорында маркетингтік коммуникацияларды пайдалану бойынша тиімді стратегияларды қалыптастыру дағдыларын дамыту.	4						+	+				
D14	Брендинг (ағылшынша)	Мақсаты: заманауи брендтерді, оның ішінде ағылшын тілінде талдау және басқару дағдыларын қалыптастыру. Міндеттері: - брендингтің мәнімен, түрлерімен және функцияларымен, оның негізгі нысандарымен және басқару технологияларымен танысу; - брендті қалыптастыру мен дамытудың практикалық дағдылары мен қағидаларын меңгеру.	4							+		+		+
	Әлеуметтік желілердегі имидждік саясат (ағылшынша)	Мақсаты: әлеуметтік желілерде кәсіпорынның имидждік саясатын таңдау дағдылары мен принциптерін меңгеру. Міндеттері: - әлеуметтік желілерді және олардың мақсатты аудиторияларын зерделеудің маркетингтік әдістерін қолдану бойынша білімді қалыптастыру; - - имидждік саясатты қалыптастыру және қолдау кезінде іс-шараларды әзірлеу дағдыларын дамыту.	4							+		+		+
D15	Ғаламдық тұтыну нарықтары	Мақсаты: экономикалық дамудың қазіргі кезеңінде жаһандық тұтыну нарықтарының жұмыс істеуінің теориялық және әдіснамалық негіздерін зерттеу. Міндеттері: - жаһандық тұтыну нарықтарының жұмыс істеуінің негізгі теориялық ережелерімен танысу; - жаһандық тұтыну нарықтарын, әсіресе жаппай цифрлық трансформация жағдайында талдау әдістемесін игеру.	4							+		+		
	Өнеркәсіптік кластерлер және сандық экономика	Мақсаты: цифрландыру жағдайында экономикадағы құрылымдық өзгерістер туралы түсінік қалыптастыру, сондай-ақ өнеркәсіптік кластерлер қызметінің ерекшелігін зерттеу. Міндеттері: - цифрлық экономиканың қазіргі заманғы даму үрдістерін зерделеу; - өнеркәсіптік кластерлердің жұмыс істеу ерекшеліктерімен, әсіресе өнеркәсіптің цифрлық трансформациясы жағдайында танысу.	4							+		+		

20. Оқыту және бағалау әдістерімен жоспарланған оқыту нәтижелерін келісу (ЖОН)

ЖОН	Модуль бойынша жоспарланған оқыту нәтижелері (ЖОН)	Оқыту әдістері	Бағалау әдістері
ЖОН 1	Ғылыми зерттеулердің өз саласында өзекті міндеттерді қою және шешу үшін ғылым философиясының негізгі түсініктері мен категорияларын меңгерген.	Интерактивті дәріс	Тест
ЖОН 2	Білім алушылардың жас және жеке ерекшеліктерін ескере отырып, оқу-тәрбие процесін ұйымдастыру мақсатында оқу процесінде заманауи білім беру бағдарламаларын қолданады.	Кейс-әдістер	Коллоквиум
ЖОН 3	Басқару психологиясы саласындағы мәселелерді шешу үшін коммуникацияларға дайын.	Жобалық оқыту	Жобаны дайындау
ЖОН 4	Кәсіби қызмет міндеттерін шешу үшін үш тілде вербалды және вербалды емес нысанда еркін, қолжетімді және сенімді қарым-қатынас жасай алады.	Дискуссия	Презентациялар
ЖОН 5	Маркетинг тұжырымдамасы туралы жүйелі түсінік береді.	Төңкерілген класс (Flipped Class)	Жобаны дайындау
ЖОН 6	Қазақстандық нарық жағдайының ерекшелігін ескере отырып, маркетинг саласындағы өзіндік зерттеулерімен ұлттық және халықаралық ғылымға үлес қосады.	Дөңгелек стол	Презентациялар
ЖОН 7	Ағылшын тілінде кәсіби терминдерді қолдануға және мамандандырылған мәтіндерді аудару кезінде тілдік құралдарды таңдауға құзыретті.	Интерактивті дәріс	Тест
ЖОН 8	Маркетингтік зерттеулердің жекелеген түрлерін: бәсекелестікті; конъюнктураны, нарық сыйымдылығын; нарықтың фирмалық құрылымын; маркетинг кешенінің компоненттерін, кәсіпорынның жұмыс істеуінің ішкі ортасын жүргізу үшін пайдаланылатын зерттеу дағдылары мен әдістерін меңгерген.	Кейс-әдістер	Катанотест
ЖОН 9	Мемлекеттің жаңа индустриялық-инновациялық саясатын іске асырудың басымдықтары мен тетіктері туралы кең түсінік алу мақсатында экономикалық-математикалық модельдеу мен инновациялық процестер циклдерін болжаудың теориялық және әдістемелік негіздерін меңгерген.	Интерактивті дәріс	Катанотест
ЖОН 10	Кәсіпорынның маркетингтік кешенін дербес қалыптастырады және тауарлар мен қызметтер нарығында маркетингтік құралдарды басқарады, нарықтық жағдайларға сәйкес стратегияны таңдайды.	Кейс-әдістер	Презентациялар

21. Оқу нәтижелерінің қол жетімділігін бағалау критерийлері

ОН кодтары	Критерийлер
ОН1	Біледі: ғылым тарихы мен философиясының пәні мен негізгі тұжырымдамалары; ғылымның қалыптасу ерекшеліктері және оның тарихи эволюциясының негізгі кезеңдері; ғылыми білімнің даму құрылымы мен ерекшеліктері; ғылым дамуының қазіргі кезеңінің мәні мен ерекшелігі; ғылыми білімнің негізгі салаларының ерекшеліктері мен философиялық мәселелері.
	Істей алады: ғылыми зерттеулердің нәтижелерін негіздеу және философиялық әдістерге сүйене отырып, жаңа білім алу; ғылыми гипотезаларды талдау мен бағалауға сыни көзқарасты қолдану.
	Меңгерген: философиялық және ғылыми ойлаудың негіздері мен ерекшеліктерін.
ОН2	Біледі: Қазақстандағы және шетелдегі жоғары білім берудің негізгі даму үрдістері; жоғары мектеп педагогикасының әдіснамалық негіздері; оқыту мен тәрбиелеудің қазіргі заманғы технологияларының мәні; қазіргі ЖОО-дағы педагогикалық қызметтің психологиялық-педагогикалық аспектілері.
	Істей алады: білім беру құндылықтары мен нормаларын зерттеу және негіздеу; әртүрлі педагогикалық әдістер мен құралдарды қолдана отырып сабақтар әзірлеу және өткізу; студенттердің өзіндік жұмысын ұйымдастыру; жоғары экономикалық білім беру ерекшелігін ескере отырып, оқытудың барабар әдістері мен құралдарын негізді тандау.
	Меңгерген: педагогикалық процесті ұйымдастыра білуді; ғылыми-зерттеу және ғылыми-педагогикалық жұмыстың мәдениетін; экономикалық пәндерді оқытудың дағдылары мен іскерлігін.
ОН3	Біледі: басқару қызметінің әлеуметтік-психологиялық мазмұны мен құрылымы; менеджмент функциялары; басқару міндеттерін шешудің базалық тәсілдері; басшы тұлғасының психологиялық ерекшеліктері.
	Істей алады: менеджердің кәсіби қызметін оның психологиялық тиімділігін қамтамасыз ету тұрғысынан талдауды жүзеге асыру; басқарушы персоналдың, менеджер тұлғасының кәсібилігін дамытуға және басқару жүйесінің тиімділігін арттыруға бағытталған әдістер мен әдістерді қолдану.
	Меңгерген: басқару қызметін психологиялық сүйемелдеудің практикалық дағдыларын; басқарушы персоналдың кәсібилігін арттыруға бағытталған дамытушы технологияларды пайдалану дағдыларын.
ОН4	Біледі: зерттелетін шет тілінің негізгі фонетикалық, лексикалық және грамматикалық құбылыстары, оны жеке және кәсіби қарым-қатынас құралы ретінде пайдалануға мүмкіндік береді.
	Істей алады: ауызша және жазбаша сөйлеуде өз ойларын шет тілінде айту; кәсіби қызметте тұлғааралық қарым-қатынаста шет тілін қолдану.
	Меңгерген: кәсіби ортада тиімді қарым-қатынасты жүзеге асыру дағдыларын.
ОН5	Біледі: маркетинг тұжырымдамаларының мәні; клиенттік капиталды қалыптастыру принциптері; негізгі маркетингтік стратегия.
	Істей алады: бизнес - ортаның үрдістерін талдау және олардың компанияның маркетингтік шешімдеріне әсер ету дәрежесін бағалау; клиентке бағдарланған бизнестің негізгі элементтерін талдау және компанияның клиентке бағдарлану деңгейін бағалау; компания қызметінің нәтижелілігін арттыру үшін маркетингтік құралдарды пайдалану.
	Меңгерген: нақты маркетингтік міндеттерді талдау және шешуді; нақты маркетингтік жобаларды іске асыру дағдыларын.
ОН6	Біледі: жаһандық тұтыну нарықтарының жұмыс істеуінің теориялық ережелері; цифрлық экономиканың қазіргі даму тенденциялары; өнеркәсіптің цифрлық трансформациясы жағдайында өнеркәсіптік кластерлердің жұмыс істеу ерекшеліктері; интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар жүйесін қолданудың негізгі принциптері; брендинг ерекшеліктері.
	Істей алады: тұтынушылық мінез-құлықты оңтайландыру бойынша тиісті маркетингтік стратегияны әзірлеу; маркетингтік коммуникациялар арқылы тауарларды сатып алушылардың қажеттіліктерін анықтау және қанағаттандыру; тұтынушылардың сұранысын зерттеу және болжау; маркетингтік ақпаратты, тауар нарығының конъюнктурасын талдау; адалдық пен сенім призмасы арқылы заманауи брендтерді талдау; заманауи брендинг дамуының негізгі үрдістерін түсіну.
	Меңгерген: цифрлық трансформация жағдайында жаһандық тұтыну нарықтарын талдау әдістемесін; кәсіпорында маркетингтік коммуникацияларды пайдалану бойынша тиімді стратегияларды қалыптастыру дағдыларын; заманауи брендтерді талдау және басқару дағдыларын.
ОН7	Біледі: маркетинг саласындағы шетелдік терминология.
	Істей алады: кәсіби мәтіндерді аудару кезінде, кәсіби бағытталған қарым-қатынас жағдайларында, кәсіби шет тілдік ортада шет тілін қолдану.
	Меңгерген: экономикалық бағыттағы әртүрлі мәтіндердегі шетелдік терминдерді талдау дағдыларын.
ОН8	Біледі: маркетингтік зерттеулердің негізгі санаттары, түрлері мен бағыттары; басқарудың маркетингтік тұжырымдамасының мазмұны; маркетингтік зерттеулер әдістері; маркетингтік зерттеулердің әдістемелері мен тәсілдері; маркетингтік зерттеулер саласындағы отандық және шетелдік тәжірибе.

	<p>Істей алады: маркетингтік зерттеулер практикасына әдістемелік тәсілдерді қолдану; сандық және сапалық маркетингтік зерттеулер жүргізу; ұйымның сыртқы және ішкі ортасын талдау, оның негізгі элементтерін анықтау және олардың ұйымға әсерін бағалау; маркетингтік зерттеулер нәтижесінде алынған ақпаратты пайдалану; маркетингтік зерттеулердің қажеттілігін, ауқымы мен тиімділігін бағалау.</p> <p>Менгерген: нақты маркетингтік зерттеудің мақсаты мен міндеттерін тұжырымдау әдістерін; маркетингтік зерттеу жүргізу үшін құралдарды іріктеуді; зерттеуді ұйымдастыру және жүргізу тәсілдерін; маркетингтік зерттеу туралы есепті ресімдеу құралдарын.</p>
ОН9	<p>Біледі: экономикалық процестерді модельдеуде қолданылатын негізгі ұғымдар, терминология; экономикалық процестерді модельдеудің мақсаттары, міндеттері мен принциптері және оларды талдау үшін математикалық әдістерді қолдану; экономикалық-математикалық модельдеудің негізгі бағыттары және оларды маркетингте қолдану саласы; маркетингтегі инновациялық технологиялар; digital-маркетинг стратегиялары; инновацияларды коммерцияландырудың негізгі кезеңдері.</p> <p>Істей алады: маркетингтік есептерді шешу кезінде математикалық модельдеудің негізгі әдістерін практикада қолдану, экономикалық процестер мен олардың модельдерін талдау үшін математикалық әдістерді пайдалану; экономикалық процестердің үлгілік модельдерін құру; цифрлық коммуникациялар құралдарын және маркетинг саласындағы негізгі digital-дағдыларды қолдану негізінде digital-маркетинг стратегияларын әзірлеу және іске асыру.</p> <p>Менгерген: маркетингтегі экономикалық-математикалық модельдеу дағдыларын; кәсіпорында қолданылатын инновациялық технологиялардың тиімділігін әзірлеу және бағалауды.</p>
ОН10	<p>Біледі: стратегиялық маркетинг тұжырымдамасы; стратегиялық маркетингте шешім қабылдау әдістері мен модельдері; ұйымның сыртқы және ішкі ортасын стратегиялық маркетингтік талдау әдістері; бәсекелік талдау және бәсекелік артықшылықтарды бағалау әдістері мен технологиялары; ұйымның бәсекелік стратегияларын таңдау және қалыптастыру технологиялары; маркетингтік стратегиялар кешені және оларды қалыптастыру технологиялары.</p> <p>Істей алады: мақсатты нарықтағы мәселелерді шешу үшін маркетингтің әртүрлі стратегияларын, сондай-ақ өнім ассортименті, бағалары, сатылымы, жарнамасы, қызметі бойынша стратегияларды әзірлеу үшін маркетингтік зерттеулердің нәтижелерін пайдаланыңыз; стратегияларды әзірлеуге арналған қолданбалы бағдарламалардың стандартты пакеттері.</p> <p>Менгерген: ұйымдастыру деңгейінде стратегиялық шешімдер қабылдау, стратегияларды әзірлеу әдістерін.</p>

22. Білім беру бағдарламасы түлегінің моделі

Түлектің атрибуттары:

Экономика және бизнес саласындағы жоғары кәсібилік

Эмоционалды интеллект

Бейімділігі ғаламдық қауіп-қатерлерге қарсы

Көшбасшылық

Кәсіпкерлік ойлау

Жаһандық азаматтық

Академиялық адалдық қағидалары мен мәдениетінің маңызын түсіну

Құзыреттілік түрлері	Құзыреттіліктер сипаттамасы
1. Мінез-құлық дағдылары және жеке қасиеттер (Soft skills)	<ol style="list-style-type: none"> 1. абстрактілі ойлау, талдау, синтездеу қабілеті; 2. стандартты емес жағдайларда әрекет етуге, қабылданған шешімдер үшін әлеуметтік және этикалық жауапкершілікті көтеруге дайын болу; 3. кәсіби қызметті талдау, жоспарлау және ұйымдастыру қабілеті; 4. өзін-өзі дамытуға, өзін-өзі жүзеге асыруға, шығармашылық әлеуетті пайдалануға дайындық; 5. жоғары мектепте оқыту және тәрбиелеу процесінің негізгі компоненттерін жоспарлау, болжау, талдауда нормативтік құжаттардың негізгі ережелерін басшылыққа алу дағдыларын кәсіби меңгеру; жоғары мектептің оқу процесінде психологиялық-педагогикалық міндеттерді шешу үшін дайындық деңгейін көрсету; 6. кәсіби қызмет саласындағы міндеттерді шешу үшін мемлекеттік, орыс және шет тілдерінде ауызша және жазбаша нысандарда коммуникацияға дайындық; 7. ұжымды әлеуметтік, этникалық, конфессиялық және мәдени айырмашылықтарды толерантты қабылдай отырып, өзінің кәсіби қызметі саласында басқаруға дайындығы; 8. кәсіби міндеттерді шешу кезінде ғылым мен білім берудің қазіргі заманғы проблемаларын білуді пайдалануға дайындық; 9. өзінің болашақ мамандығының әлеуметтік маңыздылығын сезіну, кәсіби қызметті орындауға Жоғары уәждемеге ие болу; 10. оқытылатын пәндер бойынша оқу міндеттерін тұжырымдау және оқыту процесінде танымдық іс - әрекетті қалыптастыруды басқарудың оңтайлы дидактикалық стратегиясын меңгеру.
2. Сандық құзыреттер (Digital skills)	<ol style="list-style-type: none"> 1. қазіргі кезеңдегі маркетингтің цифрлық трансформациясының ерекшелігін талдайды, маркетингтік қызметте заманауи ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолданудың тиімділігін бағалайды; 2. қызмет көрсету саласында және өнеркәсіпте, оның ішінде күрделі интеграцияланған құрылымдарға қатысты қазіргі заманғы цифрлық құралдарды пайдалану проблемасын шешеді.
3. Кәсіби құзыреттер (Hard skills)	<ol style="list-style-type: none"> 1. мамандықтың ауқымды бейіні бойынша мәтіндерде қажетті ақпаратты, сондай-ақ іскерлік құжаттаманы оқу және табу дағдыларын меңгеру; 2. ғылыми зерттеулердің негізгі құралдары мен әдістерін игеру; 3. компанияның басқа ресурстарымен қатар зияткерлік ресурстарды анықтау және пайдалану дағдыларын қалыптастыру, сондай-ақ заманауи бағдарламалық өнімдерді пайдалана отырып, инновациялық жобалардың тиімділігін талдау дағдылары, инновациялық жобаларды ұсына білу; 4. кәсіби бағыт бойынша ғылыми-зерттеу қызметінде ғылым тарихы мен философиясының дәстүрлі және заманауи

	<p>мәселелерін білу.</p> <p>5. маркетинг-менеджментті дамытудың қазіргі бағыттары, әлеуметтік-гуманитарлық білімнің философиялық-тарихи, педагогикалық, психологиялық аспектілері туралы түсінігі бар;</p> <p>6. маркетинг, экономика және бизнестің заманауи теориялық және практикалық мәселелеріне ғылыми зерттеулер жүргізуге қабілетті;</p> <p>7. экономикалық пәндер бойынша сабақтар өткізу кезінде заманауи педагогикалық технологияларды қолданады;</p> <p>8. маркетинг саласында ғылыми зерттеулер мен практикалық қызмет жүргізуге мүмкіндік беретін шет тілі білімін кәсіби деңгейде қолданады;</p> <p>9. нарықтық жағдайды талдау, маркетингті жоспарлау, маркетинг кешенінің жекелеген элементтері бойынша шешімдерді таңдау және бағалау, нәтижелерді бағалау бойынша басқарушылық шешімдер қабылдайды;</p> <p>10. инновациялық маркетингтік технологиялардың әлемдік тәжірибесін отандық нарық жағдайларына бейімдеу шеңберінде теориялық проблемалардың шешімін табуға қабілетті;</p> <p>11. салалық, өңірлік және халықаралық нарықтарды талдау үшін экономикалық-математикалық және маркетингтік әдістерді қолданады;</p> <p>12. компанияның стратегиясын, бренд-менеджмент элементтерін, өнімдерді пакеттеу және қызметтер маркетингін қоса алғанда, оның өнім саясатының басымдықтарын қалыптастырады.</p>
--	---

Құрастырғандар:

Жұмыс тобының мүшелері:

Маркетинг кафедрасының меңгерушісі, э.ғ.к, қауым. профессор

Маркетинг кафедрасының профессоры, э.ғ.д., доцент

Маркетинг кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.к.

«Маркетинг» БББ 2 курс магистранты

Д.Г. Мамраева
А.Ж. Садуов
Л.В. Ташенова
К.В. Никитин

Білім беру бағдарламасы факультет Кеңесі отырысында қарастырылды «14» 02 2022 ж. Хаттама № 4
Білім беру бағдарламасы университеттің Академиялық Кеңесі отырысында қарастырылды «28» 04 2022 ж. Хаттама № 5
Білім беру бағдарламасы университеттің Басқарма отырысында қарастырылды және бекітілді «26» 05 2022 ж. Хаттама № 12

Басқарма мүшесі-академиялық мәселелер бойынша проректор

Т.З.Жүсіпбек

Академиялық жұмыс департаментінің директоры

Г.С.Ақыбаева

Экономика факультетінің деканы

Ж.С. Хусайнова

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫН ДАМУ ТУ ЖОСПАРЫ
7М04111-МАРКЕТИНГ

Жоспардың мақсаты – еңбек нарығының өзекті талаптары мен қазіргі заманғы ғылымның жетістіктерін ескере отырып, білім беру бағдарламасын іске асыру жағдайларының сапасын арттыруға жәрдемдесу.

Мақсатты индикаторлар

№	Индикаторлар	Өлшем бірл.	2022-2023 (факті бойынша)	2023-2024 (жоспар)	2024-2025 (жоспар)	2025-2026 (жоспар)
1	Кадрлық потенциалды дамыту					
1.1	Ғылыми дәрежесі бар оқытушылар санының өсуі	Адам саны	9	1	1	1
1.2	Оқыту бейіні бойынша біліктілікті арттыру	Адам саны	10	4	4	4
1.3	Оқытуға практик-мамандарды тарту	Адам саны	1	1	1	1
1.4	Басқа	Адам саны	-	-	-	-
2	Рейтингтердегі БББ жылжыту					
2.1	НАОКО	Позициясы	3	3	2	2
2.2	НААР	Позициясы	3	2	2	2
2.3	Атамекен	Позициясы	-	-	-	-
3.	Оқу және ғылыми-әдістемелік әдебиеттерді, электрондық ресурстарды әзірлеу					
3.1	Оқулықтар	Саны	2	1	1	1
3.2	Оқу құралдары	Саны	2	1	2	2
3.3	Әдістемелік ұсынымдар / нұсқау	Саны	1	2	3	3
3.4	Электронды оқулық	Саны	1	1	2	2
3.5	Видео/аудиодәріс	Саны	1	3	2	2
3.6	Басқа	Саны	-	-		
4.	Оқу және зертханалық базаны дамыту	Саны				
4.1	Бағдарламалық өнімдерді сатып алу	Саны	-	1	1	-

4.2	Жабдыктарды сатып алу	Саны	1	1	1	1
4.3	Басқа	Саны	-	-	-	-
5.	БББ мазмұнын өзектендіру					
5.1	Еңбек нарығының талаптарын, ғылым жетістіктерін, кәсіптік стандарттарды ескере отырып, оқыту нәтижелерін және пәндер тізбесін жаңарту	ЖЫЛ		+		+
5.2	БББ-на шет тілдеріндегі оқу пәндерін енгізу	ЖЫЛ		+		
5.3	Оқытудың жаңа әдістерін енгізу	ЖЫЛ	+	+	+	+
5.4	ББ базасында бірлескен / екі дипломды бағдарламаны ашу	ЖЫЛ			+	
5.5	Басқа	ЖЫЛ	-	-	-	-

«Маркетинг» кафедрасының меңгерушісі



Д.Г. Мамраева