



КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА



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

Одобрено на заседании
Ученого совета университета
Протокол № 8 от «19» 04 2025г.
Бекер

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

7M04111 «МАРКЕТИНГ»

Уровень: магистратура (МА)

КАРАГАНДА 2025

Образовательная программа 7М04111 "Маркетинг" составлена на основании Государственного общеобязательного стандарта высшего и послевузовского образования, утвержденного Приказом МНВО РК от 20 июля 2022 года № 2 (с изменениями и дополнениями), профессиональных стандартов: «Деятельность в сфере анализа рынков», " Педагог (профессорско-преподавательский состав) организаций высшего и (или) послевузовского образования"; «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Разработчики (академический комитет):

Мажитова С.К. - к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Маркетинг и логистика»;
Краснощекова Е.А. - м.э.н., ст.преподаватель кафедры;
Касымова Б.Т. - м.э.н.,ст.преподаватель кафедры
Идрисова А.С. - гл.специалист ТОО
Меркулова Н.Л. - Зам.директора рекламного агентства ТОО «Алтын сөз»
Оганезова А. К. - студентка гр. МК-21-2
Эккерт К. Д. -магистрантка гр. МК 24-2 НП

Рецензент (эксперт)

Асс.профессор КарУ им.Е.А.Букетова

Райханова Г.А.

Образовательная программа обсуждена и одобрена на заседании академического комитета «21» февраля 2025 г., протокол № 2

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

Протокол № 4 от «27» марта 2025 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	7M04100010
2.	Код и классификация области образования	7M04 Бизнес, управление и право
3.	Код и классификация направлений подготовки	7M041 Бизнес и управление
4.	Группа образовательных программ	M075 Маркетинг и реклама
5.	Наименование образовательной программы	7M 04111 ОП "Маркетинг"
6.	Вид ОП	Действующая ОП;
7.	Цель ОП	Подготовка высококвалифицированных кадров в области маркетинга, нацеленных на успешную карьеру и обладающих способностью к самосовершенствованию и саморазвитию, потребностью и навыками самостоятельного творческого овладения новыми знаниями в течение всей активной жизнедеятельности; с высоким уровнем профессиональной культуры, способных формулировать и решать современные научные и практические проблемы, успешно осуществлять педагогическую, научно-исследовательскую и управленческую деятельность; приобретать научно-исследовательские навыки, продолжать научную подготовку в докторантуре; получать необходимый объем знания и опыт в области педагогики и преподавания.
8.	Уровень по МСКО	7
9.	Уровень по НРК	7
10.	Уровень по ОРК	7
11.	Отличительные особенности ОП	а) Нет;
	ВУЗ-партнер (СОП)	-
	ВУЗ-партнер (ДДОП)	-
12.	Перечень компетенций	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с формируемыми компетенциями
13.	Результаты обучения	
14.	Форма обучения	очная
15.	Язык обучения	Казахский, русский
16.	Объем кредитов	Научное и педагогическое направление – 120 кредитов
17.	Присуждаемая степень	Научное и педагогическое направление - магистр экономических наук по ОП 7M04111 «Маркетинг»
18.	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	№ KZ34LAA00021414 (005)
19.	Наличие аккредитации ОП	Свидетельство о прохождении специализированной аккредитации SA-A №0268/1
	Наименование аккредитационного органа	Независимое агентство по обеспечению качества в образовании, Казахстан.
	Срок действия аккредитации	https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzi-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

	<p>Учебные материалы в альтернативных форматах (аудио, шрифт Брайля). Адаптированные методы оценки знаний (устные экзамены, продленное время, ассистенты).</p> <p>Организация образовательного процесса Индивидуальные учебные планы, дистанционные технологии, гибкий график занятий.</p> <p>Психолого-педагогическая поддержка Консультации специалистов (тыторы, психологи), адаптационные мероприятия</p> <p>Повышение квалификации ППС по инклюзивному образованию.</p>
--	---

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



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

Выявление образовательной программы, действующей

Приложение к заявке на ОП № 7М94111 "Маркетинг"

Срок обжалания: 2 года

Срок обучения: 2 года

Очная форма обучения последнему курсу

ПОМ 2.1 Профессионально-ориентированный модуль 1											
ПД	MMen2022	ВК	Маркетинг - менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90/150	5			
ПД	BAMDKSR2022 MAR2022	КВ	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	5	150	экз	15/30/15/90/150	5	5		
			Маркетинговый анализ рынка								
ПД	MMMI2022 URMK2022(NP)	КВ	Методология и методика маркетинговых исследований	5	150	экз	15/30/15/90/150	5	5		
			Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями								
ПД	InM 2022	КВ	Иновационный маркетинг	5	150	экз	15/30/15/90/150	5	5		
	MTTsE2022		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	5		
	GM2022		Глобальный маркетинг								
ПД	RM2022	КВ	Рекламный менеджмент	5	150	экз	15/30/15/90/150	5	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	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	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 7М04111 "Маркетинг" составлен на основании Государственного общебазового стандарта послевузовского образования от 20 июня 2022г. №3 (с изменениями на 04.03.2025г.) и профессиональных стандартов: «Деятельность в сфере анализа рынков», Педагог (профессорско-преподавательский состав) организованного высшего и (или) послевузовского образования", «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Проректор по академическим вопросам

Директор ДАР ВПО

Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики

Накилова Г.Н.

Даниярова М.Т.

Мажитова С.К.

3.2 Сведения о дисциплинах (НП)

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	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	OK 1
2.	Иностранный язык (профессиональный)	Дисциплина направлена на развитие навыков и умений использования иностранного языка в профессиональной сфере. Курс включает изучение специализированной лексики, профессиональной терминологии, и грамматических конструкций, применимых в различных профессиональных контекстах. Программа курса охватывает такие аспекты, как деловая переписка, подготовка и проведение презентаций, ведение переговоров, а также чтение и перевод профессиональной литературы.	4	OK 1
3.	Педагогика высшей школы	В процессе изучения дисциплины рассматриваются актуальные проблемы педагогической науки, основы педагогики высшей школы. Особое внимание уделяется методологии педагогической науки, новым образовательным технологиям, учебно-воспитательному процессу, менеджменту образования.	4	OK 1
4.	Психология управления	Учебная дисциплина ориентирована на освоение обучающимися знаний о психологическом содержании управления как социальной системы и сферы профессиональной деятельности. Содержит социально-психологические знания, необходимые для анализа и прогнозирования эффективности управления, оптимизация управлеченческих взаимоотношений и решений, а также психологию управлеченческой деятельности, управлеченческого общения и конфликтов, принятия управлеченческих решений в учебно-воспитательном процессе высшей школы.	4	OK 1
5.	Педагогическая практика	Педагогическая практика нацелена на формирование у магистрантов компетенций, необходимых для организации и управления учебно-воспитательным процессом, и практических навыков методики преподавания и обучения в высшем учебном заведении.	3	OK 1
Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору				
1.	ПК Организация и планирование научных исследований	Курс необходим для понимания процессов функционирования и развития науки и ее роли в современном обществе; для освоения теоретических и эмпирических методов научного исследования в контексте возможности их применения в исследовательской деятельности; получения навыков эффективно организовать персональную исследовательскую работ	3	OK 2
2.	Методы исследования и анализ данных	Учебная дисциплина направлена на формирование у магистрантов практико-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	OK 2
3.	Методы и технологии обучения в высшей школе	Учебная дисциплина ориентирована на формирование практических навыков планирования, организации и анализа учебно-воспитательного процесса в вузе. В основе содержания учебной дисциплины - технология проектирования учебного процесса. Изучаются условия оптимального выбора эффективных методов, форм и технологий обучения в вузе.	4	OK 2

4.	Критическое мышление и принятие решений	Учебная дисциплина направлена на формирование навыков анализа и осмысливания поступающей информации и на основе этих процессов принятия решений, формирования суждений и отстаивания собственного мнения. В основе дисциплины лежит система приемов и стратегий обучения, основанная на базовой модели трех стадий организации учебного процесса: «вызов – осмысливание – размышление».	4	ОК 2
5.	Основы академического письма	Дисциплина основывается на изучении основ построения академического текста, позволяющих представлять определения и описывать выводы, осуществлять письменную научную коммуникацию на основе четких и структурированных аргументов.	4	ОК 2
6.	Академический стиль в письме	Академическое письмо используется для презентации какой-либо идеи и ее последующего обсуждения. Целями освоения дисциплины являются ознакомление с основными особенностями научного стиля, изучение наиболее распространенных жанров академического дискурса, формирование навыков по созданию академических текстов (устных и письменных), овладение базовыми принципами коммуникации в академической среде.	4	ОК 2
7.	Количественные методы анализа в маркетинге	Изложение основных статистических и количественных методов применяемых в маркетинговых исследованиях, результаты которых могут быть использованы в практических целях и позволяют уменьшить риск от принятия решения в условиях неопределенности.	4	ОК 2
8.	Математика - статистический анализ экономических процессов	Изложение основных статистических методов, применяемых для анализа экономических процессов. Рассмотрение практических задач по формализации экономических проблем, построению математических моделей, содержательной интерпретации и анализе результатов вычислений.	4	ОК 2

**Цикл профилирующих дисциплин
Вузовский компонент/Компонент по выбору**

1.	Маркетинг - менеджмент	Дисциплина формирует системное представление и принципах и современных методах стратегического маркетинга. Магистранты приобретают навыки маркетингового анализа отрасли/рынка, навыки составления и проведения маркетингового аудита, формулируют цели и задачи маркетинга для каждого уровня принятия маркетинговых решений	5	ПК 1
2.	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	Дисциплина формирует знания о бизнес -анализе и методике организации его проведения; способствует решению задач профессиональной деятельности на основе информационной и экономико- правовой культуры; подбору состава необходимой маркетинговой информации для проведения качественного и качественного бизнес-анализа. Магистранты подвергает анализу взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	5	ПК 1
3.	Маркетинговый анализ рынка	Дисциплина обеспечивает теоретической подготовкой по планированию и проведению маркетинговых исследований; исследований информационной системы маркетинговых исследований; формированию системного подхода к проблемам проведения маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений. Курс формирует знания принципы и методологии проведения маркетингового анализа; обучает методике отработки маркетинговой информации; обеспечивает теоретическую подготовку по планированию и проведению маркетинговых исследований	5	ПК 1
4.	Методология и методика маркетинговых 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	ПК 3

5.	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	ПК 1
6.	Бренд менеджмент	Дисциплина систематизирует и углубляет теоретические знания в области брендинга, развивает ключевые компетенции в, вырабатывает профессиональные навыки по созданию и управлению портфелем брендов; знакомит с принципами и технологиями создания брендов для рынков b-to-c и b-to-c, основными моделями и понимание критерии оценки капитала бренда; прививает навыки разработки концепции позиционирования и моделирования бренд-имиджа.	5	ПК 1
7.	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 компаний; теории и инструменты брендинга; формирует язык профессионального общения через освоение понятий, терминов и концепций в сфере брендинга товаров и услуг.	5	ПК 1
8.	Иновационный маркетинг	Планирование ассортимента и объема производства, цен, продвижения инновационной продукции/услуг, распределения ее между рынками, стимулирования сбыта. Изучение запросов потребителей, исследование спроса, оценка и продвижение рынка инновационной продукции/ услуги, мониторинг отрасли.	5	ПК3
9.	Маркетинговые технологии в цифровой экономике	Системное представление современной концепции Digital маркетинга, которая используется сегодня в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач, изучение основных разделов Digital маркетинга уровне предприятия, приобретения студентами знаний и навыков в области использования инструментов Digital маркетинга в профессиональной деятельности	5	ПК3
10.	Системы искусственного интеллекта	Организационные и математические основы ИС. Инженерия знаний. Статистический подход к ИС. Интеллектуальные системы, логический вывод. 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	ПК 3
11.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Дисциплина позволяет раскрыть современные подходы к организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности; Дисциплина формирует у магистрантов эффективное сочетание стратегии и тактики маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности в современных условиях.	5	ПК 2
12.	Глобальный маркетинг	Дисциплина изучает теории маркетинга международных компаний, освоение практики их маркетинговой деятельности, нацеленной на формирование и укрепление конкурентных позиций на мировых товарных рынках. Анализируются изменения, во внешней и внутренней среде международных компаний, в системе функций и наборе используемых стратегий; изучается взаимосвязь стратегии компании и формы международного маркетинга.	5	ПК 2
13.	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	Дисциплина формирует знания в области теории и практики современного маркетинга на финансовых рынках. Анализирует финансовый рынок и его маркетинговую среду. Проводит маркетинговые исследования на финансовых рынках и управляет маркетингом финансовых услуг. Рассматривает политику распределения организаций на финансовых рынках изучает коммуникационную политику организаций на финансовых рынках.	5	ПК 2
14.	Рекламный менеджмент	Данная дисциплина направлена на формирование у магистрантов глубоких знаний и практических навыков в сфере современного рекламного менеджмента. Магистрант изучат	5	ПК 2

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

4. Компетенции и результаты обучения образовательной программы

4.1 Перечень компетенций и результатов обучения (НП)

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Шифр результата обучения	Содержание результата обучения по образовательной программе
OK1	Способность аргументированно мыслить, понимать психологические основы управления и педагогической деятельности, методологию научных исследований и готовность к коммуникации в полиглазичной среде	Р01	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.
		Р02	Интегрирует навыки социального взаимодействия, межличностного, межкультурного и профессионально-педагогического общения, в устной и письменной формах на государственном, русском и английском языках
OK2	Осуществление научно-исследовательской работы и профессионально-педагогической деятельности с использованием современных образовательных технологий	Р03	Планирует и осуществляет научно-исследовательскую и педагогическую деятельность, в том числе с использованием технологий критического мышления
		Р04	Демонстрирует знания и навыки академического письма, математической обработки и статистического анализа экспериментальных данных
ПК1	Способность к критическому мышлению, поиску, анализу, научному и прикладному исследованию рыночных возможностей при координировании предпринимательской деятельности фирмы в условиях новой среды	Р05	Анализирует экономическую, социальную, маркетинговую среду и формулирует бизнес-идей и цели развития организации; выявляет и оценивает конкурентные преимущества организации.
		Р06	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	Р07	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
		Р08	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	LiFN2022	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
	PsVSh2022	Психология управления	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				тестирование
	KMPR 2022	Критическое мышление и принятие решений	КВ	4	120	тестирование
	OAP 2022 mag	Основы академического письма				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	BK	5	150	тестирование
	BAMDKSR 2022	Бизнес-анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке	KB	5	150	тестирование
		Маркетинговый анализ рынка				
	MAR 2022	Бренд менеджмент	KB	5	150	тестирование
	BM2022(NP)	Брендирование товаров и услуг				
	МММI 2022	Методология и методика маркетинговых исследований	KB	5	150	Тестированиe
						тестирование
		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями				
ПК2	MOSD 2022	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	KB	5	150	тестирование
	GM2022	Глобальный маркетинг				
	RM2022	Рекламный менеджмент	KB	5	150	тестирование
	MDRFU 2022	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг				
	APPM2022	Актуальные проблемы промышленного маркетинга	KB	5	150	тестирование
	IMMRPPTN 2022	Исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения				
	IP(M)2022	Исследовательская практика	BK	13	390	отчет
	NIRM	Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации		24	720	Отчет
ПК3	МММI 2022	Методология и методика маркетинговых исследований	KB	5	150	тестирование
	URMK 2022	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями				
	InM 2022	Инновационный маркетинг	KB	5	150	тестирование
	MTTSE 2022	Маркетинговые технологии в цифровой экономике				
	SII.2022mag	Системы искусственного интеллекта				
	IP (M) 2022	Исследовательская практика		13	120	Отчет
	NIRM	Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации		24	720	Отчет
ПК4	IP(M) 2022	Исследовательская практика		13	390	Отчет
	NIRM	Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации		24	720	Отчет

5. План развития образовательной программы

Цель	Целевые индикаторы	В плановом периоде			
		Ед.из м.	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	чел			

	стажировку за рубежом за последний учебных год				
	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 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) (ФНИР)	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 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	Число международных научных проектов	ед	1	1	1
	Количество стран с представителями которых реализуются научные проекты	ед	1	2	2

университета Казпотребсоюза	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		д.э.н., проф. Накипова Г.Е.
Декан факультета финансов и логистики и цифровых технологий		к.э.н., проф. Серикова Г.С.
Зав.кафедрой маркетинга и логистики		к.э.н., ассоц. проф. Мажитова С.К.
Директор ДАР ВПО		к.э.н., проф. Даниярова М.Т.
Директор ДСР		Глазунова С.Б.