



«УТВЕРЖДАЮ»  
Ректор Карагандинского  
Университета, д.э.н., профессор  
Аймагамбетов Е.Б.

Утверждено на заседании  
Ученого совета КарУК  
Протокол №8 «29» 04. 2025 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
Маркетинг

Уровень: бакалавриат (ВА)

КАРАГАНДА 2025

Модульная образовательная программа 6В04106 "Маркетинг" составлена на основании Государственного общеобязательного стандарта высшего/послевузовского образования, утвержденного Приказом МОН РК от 31.10.2018 года № 604 (с изменениями от 20.07.2022г. №2), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения 20 апреля 2011 года № 152 (с изменениями и дополнениями от 20.07.2022 №2), Национальной отраслевой рамки квалификаций, профессиональных стандартов: "Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры"; "Деятельность в сфере анализа рынков".

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»

Эккерт К. - магистрант, гр.МК-24-2 НП

Ефимова К. - студентка гр. МК-23-2

Рецензенты (эксперты):

Руководитель маркетингового агентства «Instalife»

Митина А.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**

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

## 1. Паспорт образовательной программы

<b>№</b>	<b>Название поля</b>	<b>Примечание</b>
1	Регистрационный номер	6B04100344
2	Код и классификация области образования	6B04 Бизнес, управление и право
3	Код и классификация направлений подготовки	6B041 Бизнес и управление
4	Группа образовательных программ	B047 Маркетинг и реклама
5	Наименование образовательной программы	6B 04106 "Маркетинг"
6	Вид ОП	Действующая ОП;
7	Цель ОП	Подготовка высококвалифицированных кадров в области маркетинга, нацеленных на успешную карьеру и обладающих современными системными знаниями, необходимыми компетенциями и навыками для активного вовлечения и участия в решении профессиональных, социально-экономических, гуманитарных и духовных задач, стоящих перед Республикой Казахстан и международным сообществом.
8	Уровень по МСКО	6
9	Уровень по НРК	6
10	Уровень по ОРК	6
11	Отличительные особенности ОП	a) Нет; БУЗ-партнер (СОП) БУЗ-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	240
17	Присуждаемая степень	Бакалавр
18	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	KZ34LAA00021414 Приложение 001
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	<a href="https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html">https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html</a> 01.04.2023 – 31.03.2028
20	Сведения о дисциплинах	Сведения о дисциплинах ВК/КВ, БД, ПД (таблица 3.2)
21	Уникальность программы	Отличительные особенности ОП
22	«Условия реализации ОП для лиц с инвалидностью и ООП»	Для обеспечения доступности образовательной программы предусмотрены следующие условия: <b>Архитектурная доступность</b>

		<p>Доступ к адаптированной среде: пандусы, специальные аудитории и санитарные помещения.</p> <p><b>Учебно-методическое обеспечение</b></p> <p>Учебные материалы в альтернативных форматах (аудио, шрифт Брайля).</p> <p><b>Адаптированные методы оценки знаний</b> (устные экзамены, продленное время, ассистенты).</p> <p><b>Организация образовательного процесса</b></p> <p>Индивидуальные учебные планы, дистанционные технологии, гибкий график занятий.</p> <p><b>Психолого-педагогическая поддержка</b></p> <p>Консультации специалистов (тьюторы, психологи), адаптационные мероприятия</p> <p>Повышение квалификации ППС по инклюзивному образованию.</p>
--	--	--

## **2. Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы**

### **2.1 Присуждаемая степень:**

Бакалавр бизнеса и управления по ОП 6B04106 "Маркетинг"

### **2.2 Перечень должностей специалиста:**

- Руководитель/ специалист маркетинговой службы компании;
- Управляющий отдела сбыта;
- Маркетолог;
- Аналитик/ Рыночный аналитик;
- Специалист по рекламе;
- Бренд-менеджер;
- Менеджер по продаже;
- SMM-менеджер

## **3. Содержание образовательной программы**

### **3.1 Учебный план образовательной программы**

Ссылки на МООК по учебным курсам ОП

<https://mooc.keu.kz/course/index.php?categoryId=2>

### **3.1 Учебный план образовательной программы 6В04106 "Маркетинг", Набор 2025 года**

БД	CC2022	КВ	Цены и ценообразование	5	экз	15/30/15/90/150			5	
БД	BU 2022.		Бухгалтерский учет							
БД	NN (ТТ) 2022	КВ	Налоги и налогообложение	5	экз	15/30/15/90/150			5	
БД	Fin 2022		Финансы							
БД	PP 2 Mar	ВК	Производственная практика	5	отчет				5	
<b>7. ММ Модуль MINOR</b> Предпринимательские проекты, Экономические основы предпринимательства, Базовая правовая, Правовые основы бизнеса, Финансы, Бизнес-информатика, Язык и профессиональная коммуникация, Тренды человеческого развития, Экономико-правовое регулирование сферы услуг, Тренды устойчивого развития)				20						
БД	Min 2022	КВ	MINOR	20					5	5
<b>8. МИМ Модуль инструментального маркетинга</b>				48						
БД	MI 2022	ВК	Маркетинговые исследования	5	экз, к/р	15/30/15/90/150				5
ПД	UM 2022	ВК	Управление маркетингом	6	экз, к/р	30/30/15/105/180				6
БД	MK 2022	КВ	Маркетинговые коммуникации	5	проект	15/30/15/90/150			5	
	KM 2022		Коммуникационный менеджмент							
ПД	NM 2022	КВ	Нейромаркетинг	5	экз	15/30/15/90/150			5	
	EM 2022		Экологический маркетинг							
ПД	MB2B 2022	КВ	Маркетинг B2B	5	экз	15/30/15/90/150			5	
	PMar 2022		Промышленный маркетинг							
ПД	Rek(Adv)2022	КВ	Реклама (Advertisement )	6	компет.эк з	30/30/15/105/180			6	
	MP2022	КВ	Медиапланирование							
ПД	TPPR 2022	КВ	Теория и практика PR (Паблик рилейшнз)	6	экз	30/30/15/105/180			6	
	TB 2022		Теория брендинга							
ПД	SMar 2022	КВ	Стратегический маркетинг	5	экз	15/30/15/90/150			5	
	PM 2022		Практический маркетинг							
ПД	PP 3 Mar 2022	ВК	Производственная практика	5	отчет					5
<b>9. ММУ Модуль маркетинга услуг</b>				39						
ПД	MSFK2022	КВ	Маркетинг в спорте и физической культуре	5	экз	30/15/15/90/150			5	
	IMar 2022		Ивент-маркетинг							
ПД	MUTM 2022	КВ	Мерчендайзинг и управление торговыми марками	5	экз	15/30/15/90/150			5	
	TSM 2022		Товародвижение в системе маркетинга							
ПД	RGM 2022	КВ	Ресторанный и гостиничный маркетинг	5	экз	15/30/15/90/150			5	
	MU 2022		Маркетинг услуг							
ПД	BM 2022	КВ	Банковский маркетинг	5	экз	15/30/15/90/150			5	
	MT 2022		Маркетинг туризма							
ПД	PP 4 Mar 2022	ВК	Производственная практика	10	отчет					
ПД	PreP Mar 2022	ВК	Преддипломная практика	9	отчет					
<b>10. МИА Модуль итоговой аттестации</b>				8						
ИА		OK	Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексного экзамена	8	защита /компл.эк					
<b>Общая трудоемкость образовательной программы</b>				240				30	30	30
<b>Дополнительный вид обучения:</b>								30	30	33
ДВО	PP2022		Психология предпринимательства	5		15/30/15/90/150			5	
ДВО	PPK 2022		Планирование профессиональной карьеры	5		15/30/15/90/150			5	
Примечание: Учебный план составлен на основе Государственного общеобразовательного стандарта высшего образования от 20 июля 2022г. №2 (с изменениями на 04.03.2025г.) соответствии профессиональными стандартами: "Оптовая торговля широким ассортиментом товаров"; "Деятельность в сфере анализа рынков".										



### 3.2 Сведения о дисциплинах

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Результаты обучения
<b>Цикл общеобразовательных дисциплин</b>				
<b>Обязательный компонент/Вузовский компонент/Компонент по выбору</b>				
1	История Казахстана	История Казахстана формирует объективные исторические знания об основных этапах развития современного Казахстана, направляет внимание студента на реализации программы «Рухани жаңғыру», на становление и развитие историко-культурных процессов и государственности. Курс освещает проблемы этногенеза казахского народа, эволюцию форм государственности и цивилизации на территории Великой степи, раскрывает наиболее значимые исторические факты и события, наполняет реальным научно-историческим знанием содержание казахстанской модели развития в период ускоренной модернизации.	5	РО1
2	Философия	Философия направлена на формирование у студентов открытости сознания, понимания собственного национального кода и национального самосознания, духовной модернизации, конструктивно-критического мышления, культа знания и образования. Курс ориентирован на освоение обучающимися философской культуры в контексте модернизации общественного сознания и решения глобальных проблем современности, на формирование у студентов рефлексии, на развитие и укрепление толерантности, межкультурного диалога и культуры мышления	5	РО1
3	Модуль социально-политических знаний (Социология, Политология, Культурология, Психология)	Социология изучает общество, составляющие его системы (институты, процессы), закономерности их функционирования и развития, процессы социальной адаптации в том числе в условиях культуры инклюзии. Политология изучает политическую сферу общества: политическую власть, политические институты, отношения, процессы и закономерности их функционирования. Культурология изучает культуру как особую и целостную систему человеческой жизни и деятельности, закономерности её возникновения, развития и достижения, а также рассматривает общие вопросы культуры безопасности человека в особенностях познания и воспроизведения отношений безопасного бытия. В содержание учебной дисциплины «Психология» включены актуальные вопросы психологии общения, психологии личности, психологической и экологической безопасности, дана общая характеристика инклюзии, психических процессов, состояний и явлений.	5	РО1
4	Экономическая теория	Изучает базовые понятия и теоретические положения, раскрывающие сущность экономических явлений, которые определяют функционирование и развитие экономики на уровне домашнего хозяйства, фирмы, национальной и мировой экономики; базируясь на выводах основных направлений экономической теории, дисциплина прививает навыки проведения научных исследований с применением методов изучения экономических дисциплин	5	РО1

5	Финансовая грамотность	Повышение уровня финансовой грамотности позволяет обучающимся принимать рациональные финансовые решения, решать возникающие финансовые проблемы и своевременно распознавать финансовые мошенничества. Курс направлен на получение знаний и навыков в области управления личными финансами. В рамках курса обучающиеся научатся использовать на практике всевозможные инструменты в области финансов, сохранять и приумножать накопления, грамотно планировать бюджет, получат практические навыки по исчислению и уплате налогов и правильному заполнению налоговой отчетности, научатся анализировать финансовую информацию и ориентироваться в финансовых продуктах для выбора адекватной инвестиционной стратегии.	5	РО1
6	Основы противодействия коррупции	В процессе изучения программы курса «Основы противодействия коррупции» обучающиеся рассмотрят теоретические и методологические проблемы борьбы с коррупцией; познакомятся с нормативно-правовыми актами, направленными на противодействие коррупции; сформируют практические умения и навыки применения полученных знаний в своей будущей профессиональной деятельности.	5	РО1
7	Казахский (русский) язык 1	Содержание курса включает лексические и грамматические темы, направленные на развитие всех видов речевой деятельности и словарной работы, на освоение бытовой беседы в различных ситуациях и терминологию казахского (русского) языка.	5	РО2
8	Казахский (русский) язык 2	Содержание курса включает лексические и грамматические темы, направленные на развитие всех видов речевой деятельности и словарной работы, на освоение бытовой беседы в различных ситуациях и терминологию казахского (русского) языка.	5	РО2
9	Иностранный язык 1	Дисциплина совершенствует языковые способности студентов, развивает умения и навыки в четырех видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо). Языковая подготовка имеет интерактивный характер, центрирована на студентов и ориентирована на результат. Большое значение уделяется самостоятельной работе студентов, включающей написание абзаца/краткое изложение текста и проектную работу, выполнение грамматических и лексических упражнений.	5	РО2
10	Иностранный язык 2	Дисциплина совершенствует языковые способности студентов, развивает умения и навыки в четырех видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо). Языковая подготовка имеет интерактивный характер, центрирована на студентов и ориентирована на результат. Большое значение уделяется самостоятельной работе студентов, включающей написание абзаца/краткое изложение текста и проектную работу, выполнение грамматических и лексических упражнений.	5	РО2
11	Информационно-коммуникационные технологии	Роль ИКТ в ключевых секторах развития общества. Стандарты в области ИКТ. Введение в компьютерные системы. Архитектура компьютерных систем. Программное обеспечение. Операционные системы. Человеко-компьютерное взаимодействие. Системы баз данных. Анализ данных. Управление данными. Сети и	5	РО4

		телекоммуникации. Кибербезопасность. Интернет технологии. Облачные и мобильные технологии. Мультимедийные технологии. Smart технологии. Е-технологии. Информационные технологии в профессиональной сфере. Индустриальные ИКТ. Перспективы развития ИКТ. Введение в искусственный интеллект. Интеллектуальные информационные системы.		
12	Физическая культура	Дисциплина формирует понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; мотивационно-ценное отношение к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте.	8	РО1

**Цикл базовых дисциплин  
Вузовский компонент**

13	Междисциплинарный курс «Профессионально-ориентированный язык"1	Целью изучения дисциплины «Профессионально-ориентированный язык» является совершенствование умений всех форм профессионально-ориентированной речи, а также развитие коммуникативной и межкультурной компетенций, необходимых им в будущей профессиональной деятельности.	3	РО2
14	Междисциплинарный курс «Профессионально-ориентированный язык"	Целью изучения междисциплинарного курса «Профессионально-ориентированный язык» является совершенствование умений всех форм профессионально-ориентированной речи, а также развитие коммуникативной и межкультурной компетенций на иностранном языке, необходимых им в производственном процессе в будущей профессиональной деятельности.	3	РО2
15	Математика в экономике	Курс нацелен на освоение студентами математического аппарата, помогающего моделировать, анализировать и решать экономические задачи; усвоение студентами математических методов, дающих возможность изучать и прогнозировать процессы и явления в области государственного управления социально-экономическими процессами; формировать умения и навыки самостоятельных исследований, развивать стремление к научному поиску путей совершенствования своей работы	4	РО3
16	Макроэкономика	Курс изучает экономику, рассматривая ее как единое целое, общий объем и рост выпуска товаров и услуг, темп инфляции и уровень безработицы, обменные курсы валют и состояние платежного баланса для обеспечения условий устойчивого экономического роста	5	РО5
17	Микроэкономика	Курс позволяет проводить исследование функционирования хозяйственного механизма на уровне деятельности отдельных экономических субъектов, закрепить теоретические знания, приобретенные в процессе изучения экономической теории, приобрести навыки рационального экономического мышления в условиях ограниченности ресурсов, а также оценки на этой основе проводимой в данной области государственной политики.	4	РО5
18	Маркетинг (МОOK)	Дисциплина «Маркетинг» формирует у студентов знания и навыки по организации маркетинговой деятельности на предприятии, освоению концепций современного маркетинга в различных сферах	5	РО5

		практической деятельности и их использование при принятии управленческих решений. Изучение курса Маркетинга поможет на практике определить назначение и миссию компании, а также выстроить стратегию ее осуществления.		
19	Менеджмент (Management)	Курс нацелен на освоение студентами организационных элементов исследования процесса управления, коммуникации и принятия решения, функций управления таких, как планирование, организация, координация и контроль, работа команды и лидерство, а также изучение различных функциональных отделов в организации такой как, производство, маркетинг, финансы, управление персоналом	5	PO5
20	Поведение потребителей	Роль потребителя в системе маркетинга. Основные подходы к изучению потребностей. Типы покупательского поведения. Классификация мотивов. Методы исследования мотивации. Потребительский рынок и покупательское поведение. Модели покупательского поведения. Покупательское поведение индивидуального потребителя. Поиск источника информации. Поведение покупателей для нужд организаций на некоторых рынках. Формирование потребительской лояльности с помощью качества. Направления изучения поведения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя. Сегментация рынка. Защита прав потребителя.	5	PO 6
21	Учебная практика	Учебная практика проводится с целью закрепления, расширения и углубления полученных теоретических знаний и применения полученных навыков и компетенций в условиях выбранной организации. Изучаются учебно-методическая и нормативная документация, основы анализа и идентификации маркетинговой деятельности организации. Студент приобретает навыки работы с нормативными документами, регулирующими деятельность организации; современными средствами иллюстрационной и презентационной техники.	1	PO1-PO5
22	Производственная практика	Подразумевает изучение структуры управления и принципов организации маркетинговой службы, должностных обязанностей сотрудников; изучение документации и инструментария ведения рекламной и маркетинговой деятельности; оказание практической помощи предприятию путем непосредственного участия в процессе его профессиональной деятельности. Студент способен осуществлять переговоры, деловую переписку, электронные коммуникации; приобретает навыки проведения маркетинговых исследований	5	PO5-PO9
<b>Цикл базовых дисциплин</b> <b>Компонент по выбору</b>				
23	Майорская программа «Язык и профессиональная коммуникация»	Предназначена для формирования системы теоретических знаний и практических навыков английского языка в глобальной бизнес-экономике и предпринимательстве. Сформировать навыки общения, коммуникации, умений использовать иностранные языки в общении с помощью поиска выхода на иноязычную культуру и ее носителей в сфере бизнеса и предпринимательства; развитие pragматической межкультурной компетенции; развитие личности, способной к межкультурной коммуникации.	20	PO5
	Майор "Язык и профессиональная коммуникация" Английский язык в сфере бизнеса и предпринимательства	Дисциплина предназначена для формирования у студентов всех специальностей системы теоретических знаний и практических навыков английского языка в глобальной бизнес-экономике и предпринимательстве, которые необходимы для конкурентоспособности и достижения успеха на международном рынке труда.	5	PO2, PO5
	Майор "Язык и профессиональная	Дисциплина предназначена для формирования у студентов всех специальностей системы	5	PO2, PO5

	коммуникация" Английский язык и карьера	теоретических знаний и практических навыков английского языка, которые необходимы для продвижения своей карьеры на мировом рынке труда.		
	Майнор "Язык и профессиональная коммуникация" Конфликтология	Введение. Теоретико-методологические основы конфликтологии. История становления конфликтологии. Характеристика конфликта как социального феномена общественной жизни. Управление конфликтами. Причины возникновения конфликтов. Динамика социального конфликта. Внутриличностный конфликт. Межличностный конфликт. Межгрупповые конфликты. Межэтнический конфликт. Межкультурный конфликт. Политические конфликты. Экономические конфликты. Инновационные конфликты. Предупреждение и разрешение конфликтов.	5	РО1, РО 5
	Майнор "Язык и профессиональная коммуникация" Социальная коммуникация	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Понятие о социальной коммуникации. Межкультурная и межличностная коммуникация. Коммуникационная деятельность и общение. Модели социальной коммуникации: от информирования – к диалогу. Интенциональные механизмы социальной коммуникации. Коммуникативные механизмы понимания: знак, значение, смысл. Понятие коммуникативной компетенции. Социальная значимость развития коммуникативных навыков людей. Коммуникационные потребности и «картины мира» разных интерпретационных групп аудитории. Проблемы эффективности коммуникационных процессов. Коммуникационные каналы. Документная коммуникация. Электронная коммуникация. Социально-коммуникационные институты.	5	РО1, РО 5
24	Анализ данных и прогнозирование экономики	Изучение дисциплины сформирует у студентов знания и навыки применения статистических методов анализа и прогнозирования временных рядов, качественных методов прогнозирования. Изучение данной дисциплины поможет на практике осуществлять первичную обработку данных, сглаживать временные ряды; применять методы моделирования, динамические модели, методы компонентного, факторного, дискриминантного, кластерного и дисперсионного анализа..	5	РО3
	Эконометрика	Дисциплина позволит сформировать у студентов навыки построения и применения парных и множественных моделей регрессии, нелинейных регрессионных моделей, моделей с качественными переменными, которые позволяют исследовать закономерности в реальных данных, методов оценки коэффициентов уравнения. Изучение дисциплины даст расширенные и углубленные знания в области регрессионного и корреляционного анализа, интерпретации параметров регрессионных моделей и прогнозирования экономических показателей на макро- и микроуровне.		
25	Междисциплинарный курс "Digital-маркетинг"	Курс ориентирован на формирование у студентов нового инновационного мышления, знание цифровых технологий для анализа и выстраивание эффективных взаимоотношений с целевыми потребителями посредством комплексного сочетания как онлайн, так и офлайн каналов коммуникации (социальные сети, мобильные приложения, youtube, уличные дисплеи, цифровое телевидение, рекламные щиты, POS-материалы с QR-кодом и т.д.)	5	РО4
	Контент маркетинг и маркетинг в социальных	Дисциплина позволяет знать место маркетинга в социальных медиа в структуре маркетинга организаций;		

		профессиональную терминологию в области маркетинга в социальных медиа; современные модели и инструменты маркетинга в социальных медиа; тренды развития, актуальные исследования, посвященные маркетингу в социальных медиа		
26	Маркетинговые коммуникации	Дисциплина формирует навыки в области механизмов использования маркетинговых коммуникаций в практической работе, учит использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегий продвижения компании; проектировать процесс коммуникации; разрабатывать приемы стимулирования продаж, рекламы и других элементов маркетинговых коммуникаций; рассчитывать бюджет программ маркетинговых коммуникаций; использовать технологии оценки эффективности применения маркетинговых коммуникаций в комплексе и поэлементно.	4	РО6
	Коммуникационный менеджмент	Дисциплина "Коммуникационный менеджмент" изучает стратегии и инструменты эффективного общения в маркетинге, управление корпоративной репутацией, рекламными кампаниями и взаимодействие с целевой аудиторией.		
27	Цены и ценообразование	Данная дисциплина позволяет определить место и роль ценообразования в системе управления предприятием; основные ценовые стратегии; характер ценообразования на различных типах рынков; определить соотношение и эластичность спроса и предложения. Изучение курса позволит сформировать цены на различные виды товаров и услуг предприятия; осуществлять расчет цен; ознакомиться с государственной политикой в области ценообразования. ичные виды товаров и услуг предприятия; осуществлять расчет цен; ознакомиться с государственной политикой в области ценообразования.	5	РО5, РО 6
	Бухгалтерский учет	Дисциплина «Бухгалтерский учет» представляет собой информационную, аналитическую и контрольную функции теории и практики национальной системы учета. Для успешного функционирования экономики необходима всесторонняя, объективная, оперативно поступающая информация, основным источником которой являются данные, содержащиеся в бухгалтерском учете. Изменения, происходящие в производственной, снабженческой и сбытовой деятельности организации регистрируются в бухгалтерском учете с целью улучшения работы этой организации и принятию правильных управленческих решений. Это делает бухгалтерский учет частью системы управления производством, дающей информационное обеспечение на всех ее уровнях		
28	Финансы	Дисциплина «Финансы» предназначена для изучения основ функционирования финансов как на макро, так и на микро уровне для практического применения полученных знаний, организации финансовой деятельности, анализа и оценки эффективности финансовой деятельности фирмы/компании. Задачами учебной дисциплины является изучение экономического содержания и функций финансов; финансовой политики и управления финансами; основ функционирования финансов предприятий	5	РО5
	Налоги и налогообложение	Целью курса является формирование у студентов целостного представления о налоговой системе страны, систематизация знаний в области налогообложения, обучение методике исчисления отдельных налогов, получение навыков по использованию и анализу налоговой информации для целей управления на микро- и макро-уровне. Содержание курса включает в себя важнейшие вопросы возникновения и необходимости налогов, развитие налоговых теорий, а также этапов становления и реформирования налоговой системы Казахстана. Рассматриваются особенности функционирования специальных налоговых режимов в отечественной налоговой системе.		

29	Цифровая статистика	Дисциплина формирует умение применять систему статистических показателей и обработать и проанализировать полученную информацию при помощи средств автоматизации. В рамках курса изучается сущность статистического метода и особенности его применения, методы построения основных статистических показателей социально-экономических явлений и процессов с помощью информационных технологий.	5	ПО5
	Социальная статистика	Дисциплина раскрывает методы сбора данных, обработки цифрового материала, анализа полученной информации и применения полученных знаний на практике в режиме высокой неопределенности. Курс ориентирован на освоение знаний о социальной статистике на современном этапе, об основных направлениях изучения деятельности домашних хозяйств в системе национальных счетов, статистике населения, статистике рынка труда и трудовых ресурсов, доходов, расходов и потребления населения. Курс раскрывает статистику образования, здоровья населения и здравоохранения, рынка жилья и жилищных условий, уровня жизни населения и человеческого развития.		

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

30	Управление маркетингом	Дисциплина формирует навыки и умения по изучению вопросов управления маркетингом и ознакомливает с современными формами корпоративной маркетинговой деятельности; формирует категорийный аппарат маркетинговых понятий в управлении сферы; рассматривает вопросы управления отбором целевых рынков, сегментации, моделирования потребительского поведения, выбора конкурентного преимущества; изучает управление инструментарием маркетинга - товарной, ценовой политики, политики распределения и коммуникации.	6	ПО8, ПО 9
31	Международный маркетинг	Дисциплина изучает маркетинговую деятельность компании на рынках зарубежных государств, рассматривающая стратегии международного развития. Цель изучения дисциплины - дать студентам теоретические навыки и знания о специфике международного маркетинга, особенностях изучения международной среды деятельности фирмы, тактики и стратегии работы на зарубежном рынке. Анализируется влияние международного маркетинга на углубление и ускорение процессов глобализации	5	ПО7
32	Маркетинговые исследования	Дисциплина изучает внутреннюю среду организации, рынка товаров, конкурентов и потребителей с применением современных технологий., что позволяет найти самый оптимальный путь к пониманию целевой аудитории, ее потребностей и мотивов. Студент приобретает навыки исследовательской и аналитической работы	5	ПО8, ПО 10
33	Реклама(advertising)	Дисциплина формирует знания об истории возникновения рекламы, целях, задачах и требованиях, предъявляемые к рекламе товаров и услуг; дает навыки организации рекламных кампаний и оценке ее эффективности, формирования и стимулирования спроса. Прививает навыки передачи информации целевой аудитории; представления нового товара/услуги; расширяет знания о целях и способах использования продукта, создания благоприятного впечатления о товаре.	6	ПО9
	Медиапланирование	Целью освоения дисциплины является изучение технологий медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.Дисциплина помогает конкретизировать свои знания, освоить теоретическую базу и научиться практически составлять медиапланы конкретных рекламных и PR компаний.		
34	Теория и практика PR(Паблик рилейшнз)	Дисциплина изучает теоретические основы работы PR деятельности, навыки работы в области рекламы и связей		ПО6

		с общественностью; помогает изучить виды и способы взаимодействия бизнес структур и предприятий социально-культурной сферы.		
	Теория брендинга	Цель дисциплины - изучение принципов и технологии формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в деятельности компаний. Дисциплина нацелена на то, чтобы дать студентам целостное представление о том, каким образом фирмы создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и как компании осуществляют управление своими брендами.	6	
35	Нейромаркетинг	Цели дисциплины – формирование у обучающихся знаний основных возможностей и проблем использования современных нейротехнологий, лежащих в основе принятия решений потребителями, и их реакции на маркетинговые действия (брендинг, рекламу, дизайн и упаковку, ассортимент, ценообразование и др.), а также развитие способности обосновыватьправленческие решения через приемы нейровизуализации, нейростимуляции и нейромаркетинга.	5	РО9
	Экологический маркетинг	Курс предназначен для формирования знаний студентов о сущности экологического маркетинга; современных концепций Зеленого бизнеса. Изучение влияния зеленых технологий на поведение потребителей и готовности принятия экологически чистой и безопасной продукции среди потребителей.		
36	Банковский маркетинг	Дисциплина формирует умения и практические навыки в области управления деятельностью коммерческого банка Студенты изучают специфику банковского маркетинга и особенности банковского продукта, анализируют процессы, происходящих на рынке капитала в банковском секторе, на рынке ценных бумаг. Формируются навыки по выработке решений, направленных на расширение банковских продаж и увеличение прибыли	5	РО8
	Маркетинг туризма	Данный курс рассматривает современные подходы к адаптации маркетинговых инструментов в отрасли туризма Дисциплина формирует у студентов комплексное представления о природе, задачах, функциях, идеологии и структуре маркетинга в сфере туризма, знакомит с историческими аспектами маркетинга туризма; функциями маркетинга туризма; комплексом маркетинга в сфере туризма; особенностями маркетинга туризма в Казахстане.		
37	Маркетинг в спорте и физической культуре	Дисциплина изучает принципы и практики маркетинга, применяемых в спортивной индустрии и сфере физической культуры. Студенты получат знания о специфике спортивного рынка, особенностях поведения потребителей спортивных услуг и товаров, а также научатся разрабатывать и реализовывать эффективные маркетинговые стратегии для спортивных организаций, клубов, фитнес-центров, тренажерных залов, спортивных мероприятий и других структур в сфере спорта и физической культуры.	5	РО8
	Ивент-маркетинг	Целью дисциплины является формирование комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии. Сформировать у студентов понимание необходимости профессионального использования и управления событиями на всех этапах их подготовки и реализации, а также на протяжении всего жизненного цикла продукта / компании; научить критически оценивать проводимые события конкурентов и собственные, а также проводить оценку и разработку событий; развить навыки планирования событий, а также их последующего совершенствования и развития; научить студентов использовать разные подходы к оценке эффективности событий.		
38	Ресторанный и гостиничный маркетинг	В программу курса включена характеристика основных составляющих элементов организации маркетинга на	5	РО8

		предприятиях гостиничного и ресторанных бизнесов. Студенты изучают организацию и управление маркетинговой деятельностью ресторально-гостиничного предприятия, особенности проектирования и формирование продуктовой стратегии, анализируют роль маркетинговых коммуникаций в данном бизнесе.		
	Маркетинг услуг	Курс формирует знания и навыки маркетинговой деятельности в сфере услуг, отрасли маркетинга, изучающей особенности маркетинговой деятельности организаций, вовлеченных в предоставление услуг. Студенты изучают теоретические основы разработки маркетинговой политики предприятия в сфере услуг, разработки стандартов услуг, измерения качества услуг. Дисциплина формирует практические навыки межличностного общения и эффективного позиционирования с потребителями		
39	Маркетинг B2B	Основная задача курса - познакомить с особенностями построения маркетинговой деятельности на B2B рынке, сформировать навыки работы в B2B сфере, уметь прогнозировать изменения окружающей среды и деятельности компаний, а также рассчитывать эффект от проводимых маркетинговых мероприятий.	5	РО9
	Промышленный маркетинг	Данная дисциплина изучает особенности маркетинговой деятельности на рынке промышленных товаров, специфику маркетинговой деятельности на промышленных рынках; основы управления «портфелем продуктов» фирмы с учетом стадий жизненного цикла товаров. Формирует навыки разработки планов маркетинга для предприятия, действующего на рынке продукции производственного назначения		
40	Практический маркетинг	Курс предназначен для формирования профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности в современных условиях. Дисциплина дает знания о процессе стимуляции продаж, посредством усовершенствования продукции, выбора и организации каналов сбыта, увеличении спроса на продукцию	5	РО9
	Стратегический маркетинг	Дисциплина направлена на определение позиции фирмы на рынке, а также стратегии для продвижения товаров или услуг от производителя к потребителям. Данный курс позволяет анализировать положения, предпочтения и требования потребителей, при планировании запуска производства нового товара или предоставления услуг.		
41	Товародвижение в системе маркетинга	Дисциплина вырабатывает знания для формирования и управления в рамках осуществления использования инструментария в сфере продвижения товаров. Дисциплина изучает теорию практику организации маркетинговой работы компаний на протяжении всего цикла товародвижения - от замысла и разработки товара до его сбыта конечному потребителю и развития систем послепродажного взаимодействия.	5	РО6
	Мерчендайзинг и управление торговыми марками	Дисциплина формирует навыки разработки программы мерчендайзинга; организации пространства торгового зала и размещения товаров; выстраиванию системы, адаптированную к специфике товарной категории, рыночной ситуации; готовит бакалавров к применению в бизнес-практике, приёмах, инструментов формирования долгосрочной лояльности потребителей к её маркам.		
42	Производственная практика	Подразумевает знание структуры управления и принципов организации работы предприятия, закрепляет теоретические навыки проведения маркетинговых исследований; изучение нормативно-правовой и служебной документации; ознакомление с рекламной деятельностью предприятия; оказание практической помощи предприятию путем выполнения функций мерчендайзера, помощника маркетолога. Студент способен осуществлять переговоры, деловую переписку, коммуницировать с другими подразделениями предприятия	5	РО5-РО 9

43	Производственная практика	Производственная практика позволяет профессионально коммуницировать с вышестоящими и государственными организациями; формулировать миссию, цели и задачи предприятия; освоить задачи и функции службы маркетинга на предприятии; анализировать и осуществлять рекламную деятельность, участвовать в мероприятиях по продвижению товаров и услуг; дифференцировать потенциальных конкурентов и анализировать рынки сбыта; иметь навыки составления отчетной документации	10	РО 8-РО 10
44	Преддипломная практика	Преддипломная практика необходима для закрепления теоретических знаний и сбора материала для выполнения выпускной квалификационной работы; приобретения навыков в решении поставленных задач; закрепления опыта проведения маркетинговых исследований и наработки опыта составления стратегических планов; закрепление навыков научно-исследовательской работы, анализа и планирования экономических показателей деятельности предприятия.	9	РО10

## 4 Компетенции и результаты обучения образовательной программы

### 4.1 Перечень компетенций и результатов обучения

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Шифр результата обучения	Содержание результата обучения по образовательной программе	Дисциплины
<b>КК 1</b> Личностные и социальные компетенции (Soft skills)	Способность работать в команде на основе выстраивания конструктивных коммуникаций, проявления гибкости и адаптивности к меняющимся условиям, эмпатии, управления эмоциями и временем, а также критического анализа жизненных ситуаций и принятия решений возникающих проблем.	РО1	Демонстрирует знание и понимание основных закономерностей и движущих сил развития Казахстана, Цепей устойчивого развития, условий сохранения здоровья и экологичности жизни человека в техносфере; умеет критически осмысливать окружающую действительность, аргументировать собственную оценку происходящему в социально-политической и экономической сферах; применяет знания для эффективной социализации и адаптации в инклюзивном обществе; проявляет правовое самосознание, экономическое мышление, финансовую грамотность, коррупционную нетерпимость и культуру академической честности.	МСПЗ, Философия, История Казахстана, физическая культура, Финансовая грамотность, Экономическая теория, основы противодействия коррупции
		РО2.	Демонстрирует языковую грамотность, осуществляет коммуникации в устной и письменной формах на казахском, русском и иностранном языках, владеет коммуникативными умениями и навыками академического письма	Иностранный язык МК«Профессионально-ориентированный язык» Казахский язык Учебная практика Майнор «Язык и профессиональные коммуникации»
<b>КК2.</b> Цифровые компетенции (Digital skills):	Способность эффективно использовать операционные системы, цифровые технологии, программное обеспечение,	РО3	Демонстрирует и применяет базовые математические знания в междисциплинарном контексте для решения профессиональных задач. Способен решать задачи с использованием методов математического анализа и	Математика в экономике Анализ данных и прогнозирование экономик Эконометрика (Econometrics)

	облачные сервисы и хранилища, социальные медиа, платформы, мобильные приложения, аналитические инструменты для выполнения задач и решения проблем с соблюдением правил киberбезопасности, поиска информации в интернет пространстве.		моделирования в области маркетинга и маркетинговых исследований	
		PO4	Способен осуществлять профессиональную функцию в сфере бизнеса и управления, используя цифровые технологии, инструменты и системы искусственного интеллекта; оформляет, размещает и демонстрирует визуальную информацию о товаре и услуге. Умеет пользоваться онлайн инструментами маркетинга и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний	Информационно коммуникационные технологии МК "Digital-маркетинг" Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях Цифровая статистика
<b>КК 3</b> Профессиональные компетенции (Hard skills)	Способность применять на практике полученные знания в специализированной области на основе проблемного мышления, научно-исследовательских и производственных навыков, понимания профессиональных обязанностей и трудовых функций.	PO5	Демонстрирует знания основных элементов управления бизнесом: правовые, организационные и плановые; анализирует фундаментальные аспекты экономики на микро - и макроуровнях; Анализирует и представляет финансовую и управленческую информацию для заинтересованных сторон	Майныры Маркетинг (Marketing) Микроэкономика Макроэкономика Финансы Бухгалтерский учет Налоги и налогообложение Менеджмент (Management) Цифровая статистика Социальная статистика Производственная практика
		PO6	Способен классифицировать и анализировать основные теории и принципы маркетинга, такие как маркетинг-микс, портфельный анализ, стратегический анализ и коммуникации; описывать и применять основные теории и инструменты сегментирования рынка, мерчендайзинга, получения информации о процессе принятия решения потребителем. Анализирует механизм ценообразования, распределение затрат на рекламу продукта/услуги; осуществляет деловые коммуникации, знает принципы организации бизнес-планирования; способен участвовать в построении бизнес процессов организаций.	Майныры; Маркетинг (Marketing) Цены и ценообразование Мерчендайзинг и управление торговыми марками Товародвижение в системе маркетинга Маркетинговые коммуникации Коммуникационный менеджмент Теория брендинга Теория и практика PR Маркетинговые коммуникации Поведение потребителей Производственная практика Преддипломная практика
		PO7	Осуществляет анализ маркетинговой деятельности организаций; осуществляет поиск и разработку идей по созданию новых и совершенствованию существующих товаров и услуг; анализирует внешнюю среду организации, включая мировой рынок, определяет реальные и потенциальные возможности организаций, анализирует рынок и изучает потенциальных конкурентов	Международный маркетинг Поведение потребителей Маркетинг туризма Банковский маркетинг Маркетинг услуг Ресторанный и гостиничный маркетинг Производственная практика Преддипломная практика
		PO 8	Способен интегрировать основные концепции,	Маркетинговые исследования

			парадигмы и теоретические разработки в функциональных областях маркетинга, прогнозирования будущего и анализа данных для реализации профессиональных функций в области менеджмента и бизнеса; организовывать работу небольших коллективов исполнителей для достижения поставленных целей; разрабатывать план маркетинговых исследований	Управление маркетингом Ресторанный гостиничный маркетинг Маркетинг услуг - Маркетинг туризма Маркетинг в спорте и физической культуре Ивент-маркетинг Производственная практика
	PO 9		Умеет интерпретировать, выбирать и применять современные методы маркетинговых исследований, анализирует комплекс мероприятий, связанных с их продвижением на основе подсознательных реакций мозга. Анализирует маркетинговые стратегии, продвижение, анализ данных с целью предоставления продукта и получения выгоды между компаниями; анализирует влияние зеленых технологий на поведение потребителей	Нейромаркетинг Экологический маркетинг, Стратегический маркетинг Практический маркетинг- Управление маркетингом Промышленный маркетинг B2B маркетинг- Преддипломная практика Производственная практика
	PO10		Способен применить базовые исследовательские навыки, навыки критического мышления, коммуникационные навыки для выбора подходящих теорий и методологий, получения актуальной и точной информации, анализа данных и разработки выводов в теоретических исследованиях или прикладных проектах. Демонстрирует личностную и профессиональную конкурентоспособность, способен формировать и отстаивать собственное мнение и работать над проектами, в том числе в составе группы	Маркетинговые исследования Написание и защита дипломной работы, проекта Производственная практика Преддипломная практика

## 4.2 Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе в целом с формируемыми компетенциями

	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10
КК1	*	*								
КК2			*	*						
КК3					*	*	*	*	*	*

## 4.3 Карта формирования компетенций

Шифр компетенции	Код дисциплины	Название дисциплин, формирующих компетенции	ОК/ВК/КВ	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
КК1	SPCP2022	Социология, Политология, Культурология, Психология	ОК	8	240	тестирование (КТ)
	IK-2022	История Казахстана	ОК	5	150	Гос.экзамен
	Fil 2022	Философия	ОК	5	150	тестирование (КТ)
	K(R) Ya 2022	Казахский (русский) язык	ОК	10	300	Устный экзамен
	IYa.2022	Иностранный язык	ОК	10	300	Комбинированный экзамен
	MKPOYa2022-O2	Междисциплинарный курс «Профессионально-ориентированный язык»	ВК	6	180	Комбинированный экзамен
	FK 2 0 2 2	Физическая культура	ОК	8	240	Диф.зачет
	ET 2022MK	Экономическая теория	КВ	5	150	Экзамен
	FG2022	Финансовая грамотность				
	OPK2022	Основы противодействия коррупции				
КК2	IKT 2022	Информационно-коммуникационные технологии	ОК	5	150	Экзамен
	UP Mar	Учебная практика	ВК	1	30	Отчет
	ME 2022	Математика в экономике	ВК	4	120	тестирование (КТ)
	ADPE 2022	Анализ данных и прогнозирование экономики	КВ	5	150	тестирование (КТ)
	Eko (Eco) 2022	Эконометрика (Econometrics)				
	MK DM 2022	Междисциплинарный курс "Digital-маркетинг"	КВ	5	150	Компетентностный экзамен (демонстрация навыков в действии)
	KMMSS 2022	Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях				
КК3	Mik.2022	Микроэкономика	ВК	4	120	тестирование (КТ)
	Mak 2022	Макроэкономика	ВК	5	150	Письменный экзамен
	Men(Man)2022	Менеджмент (Management)	ВК	5	150	тестирование (КТ)
	Mar (Mar) 2022	Маркетинг (Marketing)	ВК	5	150	тестирование
	MM 2022	Международный маркетинг	ВК	5	150	тестирование (КТ)
	PP 2022	Поведение потребителей	ВК	4	120	
	Fin 2022	Финансы	КВ	5	150	тестирование
	NN (TT) 2022	Налоги и налогообложение (Taxes and taxation)				
	MK 2022	Маркетинговые коммуникации	КВ	5	150	проект
	KM 2022	Коммуникационный менеджмент				
	CC 2022	Цены и ценообразование	КВ	5	150	экзамен
	BU 2022.	Бухгалтерский учет				
	TsS 2022	Цифровая статистика	КВ	5	150	Экзамен
	SS2022	Социальная статистика				
	AYaVSBP-2022	Майнер "Язык и профессиональная коммуникация" Английский язык в сфере бизнеса и предпринимательства	КВ	5	150	Экзамен
	AYaK-2022	Майнер "Язык и профессиональная коммуникация" Английский язык и карьера	КВ	5	150	Экзамен
	Mai(SK)2022	Майнер "Язык и профессиональная коммуникация" Социальная коммуникация	КВ	5	150	экзамен
	Mai(K)2022	Майнер "Язык и профессиональная коммуникация" Конфликтология	КВ	5	150	Экзамен

	PP 2 Mar	Производственная практика	BK	5	150	Отчет
	UM 2022	Управление маркетингом	BK	6	180	Экзамен, Курсов. работа
	MI 2022	Маркетинговые исследования	BK	5	150	Экзамен, Курсов. работа
	TPPR 2022	Теория и практика PR (Паблик рилейшнз)	KB	4	120	тестирование (КТ)
	TB 2022	Теория брендинга				
	MB2B 2022	Маркетинг B2B	KB	5	150	тестирование
	PMar 2022	Промышленный маркетинг				
	NM 2022	Нейромаркетинг	KB	5	150	тестирование
	EM 2022	Экологический маркетинг				
	PM 2022	Практический маркетинг	KB	5	150	тестирование
	SMar 2022	Стратегический маркетинг				
	R (A)2022	Реклама (advertising)	KB	6	180	Компетентностный экзамен (демонстрация навыков в действии)
	MP2022	Медиапланирование				
	PP 3 Mar	Производственная практика	BK	5	150	Отчет
	PP 4 Mar	Производственная практика	BK	10	300	Отчет
	PP 4Mar	Производственная практика	BK	10	300	Отчет
	TSM 2022	Товародвижение в системе маркетинга	KB	5	150	Тестирование
	MUTM 2022	Мерчендайзинг и управление торговыми марками				
	MkSFK2022	Маркетинг в спорте и физической культуре	KB	5	150	тестирование
	IMar 2022	Ивент-маркетинг				
	BM 2022	Банковский маркетинг	KB	5	150	тестирование
	MT 2022	Маркетинг туризма				
	RGM 2022	Ресторанный и гостиничный маркетинг	KB	5	150	тестирование
	MU 2022	Маркетинг услуг				
	PP 4Mar	Производственная практика	BK	10	300	Отчет
	PreP Mar	Преддипломная практика	BK	5	150	Отчет
		Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексного экзамена	OK	8	240	Защита /комплексный экзамен

## 5. План развития образовательной программы бакалавриата

Задачи	Целевые индикаторы	Показатели			
		Ед. изм	2025- 2026	2026- 2027	2027- 2028
<b>ПРИОРИТЕТ 1. ПОСТРОЕНИЕ ДИНАМИЧНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ПОСРЕДСТВОМ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ</b>					
<b>Задача 1.1</b> Развитие программ бакалавриата и повышение доступности высшего образования	Численность обучающихся по ОП	чел	52	55	55
	Средний балл ЕНТ	%	64.4	65	70
	Количество обладателей «Алтын белгі»	чел.	-	-	-
	Количество выпускников с дипломом «с отличием»	чел.	6	3	3
	Уровень трудоустройства выпускников	%	82	85	86
<b>Задача 1.2</b> Развитие послевузовского образования	Количество выпускников за последний учебный год, продолживших обучение в магистратуре	чел.	2	2	3
<b>Задача 1.3</b> 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	1	2
<b>Задача 1.4</b> Трансформация методов преподавания и развитие новых форм обучения	Количество ППС, прошедших повышение квалификации по профилю читаемых дисциплин в рамках ОП	чел.	2	1	2
	Количество практических работников, привлеченных к проведению учебных занятий, чтению элективных дисциплин	чел.	5	4	4
	Количество выпускных квалификационных работ, выполненных по заказу предприятий	шт.	4	5	5
<b>ПРИОРИТЕТ 2. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА</b>					
<b>Задача 2.1</b> Повышение научно-исследовательского потенциала и инновационной активности университета	Доля преподавателей с ученой степенью	%	41	42	43
	Количество преподавателей, имеющих звание «Лучший преподаватель», государственных наград, стипендий, грантов	чел.	2	2	2
	Общее число публикаций	ед	10	15	18
	Количество публикаций в журналах Web of science / Scopus	ед	1	1	1
	Число публикаций в перечне КОКСНВО	ед	4	2	2

	Количество цитирований публикаций	ед	1	3	5
	Индекс Хирша	ед	-	-	-
	Количество совместных публикаций с научными организациями	ед	-	1	2
	Количество совместных публикаций с промышленными бизнес-партнерами	ед	-	1	1
	Количество публикаций по ЦУР	ед	-	1	1
<b>Задача 2.2</b> Создание многоканальной системы финансирования научных исследований кафедр	Общий объем финансирования НИР (государственное и негосударственное финансирование, международные гранты) (Фнир)	тыс. тен. ге	0.5	0.55	0.6
	Количество руководителей научных проектов	чел.	2	3	2
	Число свидетельств по интеллектуальной собственности: лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений преподавателей	шт.	2	2	2
<b>Задача 2.3</b> Привлечение обучающихся в науку и производство	Число студентов-победителей на научно-практических конференциях, олимпиадах в Казахстане и странах СНГ	чел.	2	3	3
	Число студентов - победителей на научно-практических конференциях, олимпиадах в дальнем зарубежье	чел.	2	3	3
	Число свидетельств по интеллектуальной собственности: лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений студентов	ед.	1	2	2
<b>ПРИОРИТЕТ 3. ЭФФЕКТИВНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТА КАК РАВНОПРАВНОГО ПАРТНЕРА В МИРОВОЕ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО</b>					
<b>Задача 3.1</b> 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.	-	-	-
	Количество дисциплин, преподаваемых на иностранных языках	ед.	4	5	6
	Количество совместных публикаций с представителями зарубежных организаций	ед	1	2	3
<b>Задача 3.2</b> Благоприятная среда для обучения и исследований	Число иностранных студентов	чел.	1	1	1
	Число иностранных преподавателей, задействованных в учебном процессе (не менее 2-х недель)	чел	-	-	1

	Число обучающихся по входящей внешней мобильности	чел	5	7	8
	Число обучающихся по исходящей внешней мобильности	чел	6	8	10
	Число выпускников вуза, получивших международные гранты или международные стипендии (кроме стипендии Болашак)	чел.	-	-	-
<b>Задача 3.3</b> Повышение международного имиджа Карагандинского университета Казпотребсоюза	Число международных научных проектов	ед			
	Количество стран с представителями которых реализуются научные проекты	ед	-	-	-
	Число ППС, имеющих диплом/ученую степень вузов дальнего зарубежья	чел.	-	-	-
	Количество подписчиков на официальный интернет ресурс кафедры в социальных сетях	чел.	740	750	800
	Количество ссылок на сайт университета на сайтах партнеров кафедры	ед.	2	3	4
<b>ПРИОРИТЕТ 4. РЕАЛИЗАЦИЯ ТРЕТЬЕЙ МИССИИ УНИВЕРСИТЕТА, ЧЕРЕЗ ФОРМИРОВАНИЕ У МОЛОДЕЖИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, ПАТРИОТИЗМА И ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ</b>					
<b>Задача 4.1</b> Реализация комплекса по патриотическому воспитанию и формированию гражданской активности молодежи	Количество дисциплин, охватывающих вопросы устойчивого развития	шт.	3	4	4
	Число студентов-победителей в спортивных и творческих состязаниях в странах СНГ и в дальнем зарубежье	чел.	1	1	2

## 6. Лист согласования образовательной программы

Должность	Подпись	ФИО
Проректор по академическим вопросам		Д.э.н., профессор Накипова Г.Н.
Директор департамента академического развития и послевузовского образования		К.э.н., профессор Даниярова М.Т.
Декан факультета		К.э.н., профессор Серикова Г.С.
Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики		К.э.н., асс.профессор Мажитова С.К.
Директор департамента стратегического развития		Глазунова С.Б.