



Одобрено на заседании
Ученого совета университета
Протокол № 8 от «29» 04 2025г.

(Профильное направление)

КАРАГАНДА 2025

Модульная образовательная программа 7М04112 "Маркетинг" составлена на основании Государственного общеобязательного стандарта высшего и послевузовского образования, утвержденного Приказом МНВО РК от 20.07.2022 года № 2 (с изменениями от 04.03.2025г. №90), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения 20 апреля 20211 года №152 (с изменениями и дополнениями от 20.07.2022 №2) профессионального стандарта (при наличии), Национальной рамки квалификаций.

Разработчики (академический комитет):

Мажитова С.К. - к.э.н., асс.профессор, зав.кафедрой «Маркетинг и логистика»;

Касымова Б.Т. - м.э.н.,ст.преподаватель кафедры

Краснощекова Е.А. - 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

Рецензент (эксперт)

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

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	7M04100205
2.	Код и классификация области образования	7M04 Бизнес, управление и право
3.	Код и классификация направлений подготовки	7M041 Бизнес и управление
4.	Группа образовательных программ	M075 Маркетинг и реклама
5.	Наименование образовательной программы	7M 04112 ОП "Маркетинг"
6.	Вид ОП	Действующая ОП;
7.	Цель ОП	Подготовка высококвалифицированных кадров в области маркетинга, нацеленных на успешную карьеру и обладающих способностью к самосовершенствованию и саморазвитию, потребностью и навыками самостоятельного творческого овладения новыми знаниями в течение всей активной жизнедеятельности; с высоким уровнем профессиональной культуры, способных формулировать и решать современные научные и практические проблемы, успешно осуществлять управленческую деятельность; приобретать научно-исследовательские навыки.
8.	Уровень по МСКО	7
9.	Уровень по НРК	7
10.	Уровень по ОРК	7
11.	Отличительные особенности ОП	а) Нет;
	ВУЗ-партнер (СОП)	-
	ВУЗ-партнер (ДДОП)	-
12.	Перечень компетенций	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с формируемыми компетенциями
13.	Результаты обучения	
14.	Форма обучения	очная
15.	Язык обучения	Казахский, русский
16.	Объем кредитов	Профильное направление – 60 кредитов
17.	Присуждаемая степень	Профильное направление - магистр бизнеса и управления по ОП 7M04112 «Маркетинг»
18.	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	№ KZ34LAA00021414(0 0 5)
19.	Наличие аккредитации ОП	Свидетельство о прохождении специализированной аккредитации SA-A №0268/1
	Наименование аккредитационного органа	Независимое агентство по обеспечению качества в образовании, Казахстан.
	Срок действия аккредитации	https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html 01.04.2023 – 31.03.2028
20.	Сведения о дисциплинах	Сведения о дисциплинах ВК/КВ, БД, ПД
21.	Уникальность программы	-

2 Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы

2.1 Присуждаемая степень

выпускнику образовательной программы присваивается степень:

- при профильной подготовке - магистр бизнеса и управления по ОП 7М04112«Маркетинг»;

2.2 Перечень должностей специалиста

- при профильной подготовке –маркетолог, менеджера по продажам, начальник отдела маркетинга, директора по развитию, по стратегическому планированию, Digital-маркетолог, бренд-менеджер, руководителя отдела продаж;

3. Содержание образовательной программы «Маркетинг»

3.1 Учебный план образовательной программы «Маркетинг» (профильное направление)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА



"УТВЕРЖДАЮ"
Протокол УС №...
Ректор: Аймаганбетов Е.Б.

Учебный план

Код и классификация области образования: 7М04 Бизнес, управление и право
Код и классификация направления подготовки: 7М041 Бизнес и управление
Группа образовательных программ: М075 Маркетинг и реклама
Код и наименование образовательной программы: 7М04112 Маркетинг
Вид образовательной программы: действующая
Присуждаемая степень: магистр бизнеса и управления по ОП 7М04112 "Маркетинг"
Срок обучения: 1 год
Очная форма обучения
прием 2025 года

Цикл дисциплины	Код дисциплины	ОК/ВК/КВ	Наименование дисциплины	Трудоемкость		Форма контроля	Виды учебной работы л/р/СР/ОБ/СР/О/ Всего	Распределение по семестрам	
				Кредиты KAZ/ECTS	академ. часы			1	2
БКСМ 1.1 Базовый-коммуникативный модуль									
БД	ГУа 2022 мар	ВК	Иностранный язык (профессиональный)	2	60	экс	0/30/30/60	2	
БД	Men 2022	ВК	Менеджмент	2	60	экс	15/15/30/60	2	
БД	PU2022	ВК	Психология управления	2	60	экс	15/15/30/60	2	
БД	ImM 2022	КВ	Инновационный маркетинг	4	120	экс	15/30/15/60/120	4	
	DM (PU)2022		Digital маркетинг (продвинутый уровень)						
	SH2022 мар		Системы искусственного интеллекта						
ПОМ 2.1 Профессионально-ориентированный модуль I									
ПД	MM2022	ВК	Маркетинг-менеджмент	4	120	экс	15/30/15/60/120	4	
ПД	MOGD2022	КВ	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	экс	15/30/15/90/150	5	
	MMRPPTN2022	КВ	Маркетинг-инвз рынка: продукция производственно-технического назначения						
ПД	BM2022	КВ	Бренд менеджмент	5	150	экс	15/30/15/90/150	5	
	URMK 2022	КВ	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями						
ПД	MDRFU2022 P	КВ	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	5	150	экс	15/30/15/90/150	5	
	AMDK2022	КВ	Анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке						
ПД	PP (M) 2022	ВК	Производственная практика	10	300	отчет			10
Итого по модулям теоретического обучения и практической подготовки					1170			29	10
ЭИМ 3.1 Экспериментально-исследовательский, итоговый модуль									
ЭИРМ	EIRM	ОК	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	13	390	отчет		1	12

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

Учебный план составлен на основе Государственного общеобязательного стандарта послесреднего образования от 20 июля 2022г. №2 (с изменениями на 04.03.2025г.) и
Профессиональным стандартом «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

Проректор по академическим вопросам

Директор ДАР ПВО

Заведующий кафедрой Маркетинга и логистики

   Насипова Г.Н.
Данжирова М.Т.
Мажитова С.К.

3.2 Сведения о дисциплинах (Проф)

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Результаты обучения (коды) или РО
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент				
1.	Иностранный язык (профессиональный)	Дисциплина «Иностранный язык (профессиональный)» предназначена для магистрантов неязыковых специальностей. Изучение курса ведет не только к обогащению знаний и расширению научного кругозора по специальности, к более глубокому познанию процессов общения, но и позволяет магистрантам приобрести практические навыки, необходимые в будущей профессиональной деятельности	2	КК1
2.	Психология управления	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, оптимизации управленческих взаимоотношений и решений, а также психологию управленческой деятельности, управленческого общения и конфликтов, принятия управленческих решений в учебно-воспитательном процессе высшей школы.	2	КК1
3.	Менеджмент	Изучение дисциплины «Менеджмент» способствует формированию системы концептуальных знаний в области менеджмента, навыков применения современных организационно-управленческих методов для повышения эффективности бизнес-процессов организации.	2	КК1
Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору				
1.	Инновационный маркетинг	Планирование ассортимента и объема производства, цен, продвижения инновационной продукции/услуг, распределения ее между рынками, стимулирования сбыта. Изучение запросов потребителей, исследование спроса, оценка и продвижение рынка инновационной продукции/услуги, мониторинг отрасли.	4	КК1
2.	Digital маркетинг (продвинутый уровень)	В рамках курса студенты углубляют свои знания о цифровых платформах, инструментах аналитики и метрик, эффективных стратегиях контент-маркетинга и построения сообществ в онлайн. Основное внимание уделяется практическим навыкам, таким как оптимизация рекламных кампаний, работа с SEO и SEM, анализ данных для принятия маркетинговых решений. Курс также включает изучение последних тенденций в области digital-технологий и их влияния на маркетинговую практику.	4	КК2
3.	Системы искусственного интеллекта	Организационные и математические основы ИС. Инженерия знаний. Статистический подход к ИС. Интеллектуальные системы, логический вывод. Современные 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.	4	КК2
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	4	КК2

		и задачи маркетинга для каждого уровня принятия маркетинговых решений		
2.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Дисциплина раскрывает современные подходы к организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности; Дисциплина формирует у магистрантов эффективное сочетание стратегии и тактики маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности в современных условиях.	5	КК2
3.	Маркетинг-микс продукции производственно-технического назначения	Углубляет знания о специфике исследования маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения В рыночных условиях успешная деятельность рынка продукции производственно-технического назначения во многом зависит от качества маркетинговых решений, умелой и грамотной маркетинговой деятельности. Дисциплина формирует умения исследовать маркетинг-микс и выявлять потребности рынка промышленных товаров, разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия и достигать коммерческого успеха. .	5	КК2
4.	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-b, основными моделями и понимание критериев оценки капитала бренда; прививает навыки разработки концепции позиционирования и моделирования бренд-имиджа.	5	КК
5.	Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями	Дисциплина направлена на приобретение навыков управления рекламным процессом, созданию, производству и проведение рекламной кампании. Задачи изучения дисциплины является формирование компетенций в области механизмов управления созданием и реализацией эффективного рекламного продукта, рекламной кампании	5	КК2
6.	Анализ маркетинговой деятельности компании на современном этапе	Дисциплина "Анализ маркетинговой деятельности компании " направлена на формирование профессиональных компетенций анализа, связанных с возможностью оценки влияния макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного управления; знание экономических основ поведения организаций; иметь представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли; умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате сравнительного анализа маркетинговых исследований и лучших практик.	5	КК3
7.	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	КК3
8.	Производственная практика	Практика ориентирует магистрантов на приобретение практических навыков, компетенций и опыта профессиональной деятельности в области анализа экономических показателей, а также на освоение передового опыта и новейших технологий	10	КК3
9.	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	Экспериментально-исследовательская работа нацелена на подготовку магистранта к самостоятельной экспериментально-исследовательской работе, связанной с научным поиском, проведением прикладных научных исследований и экспериментов, ориентированных на решение актуальных практических вопросов и самостоятельное принятие управленческих решений в профессиональной области	13	КК3

4.3 Карта формирования компетенций (Проф)

Шифр компетенции	Код дисциплины	ОК/ВК/КВ	Название дисциплин, формирующих компетенции	Объем в кредитах	Кол-во часов	Форма оценки достижения результата
ОК1	IYa 2022	ВК	Иностранный язык (профессиональный)	2	60	тестирование
	Men 2022	ВК	Менеджмент	2	60	
	PU 2022	ВК	Психология управления	2	60	тестирование
ОК 2	InM 2022	КВ	Инновационный маркетинг продукции и услуг	4	120	тестирование
	DM (PU)2022		Digital маркетинг (продвинутый уровень)			
	SII 2022mag		Система искусственного интеллекта			
ПК 1	MM2022	ВК	Маркетинг-менеджмент	4	120	тестирование
	MOSD2022	КВ	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	5	150	тестирование
	MMRPPTN2022		Маркетинг-микс рынка продукции производственно-технического назначения			
	BM2022	КВ	Бренд менеджмент	5	150	тестирование
	URMK 2022		Управление рекламой и маркетинговыми коммуникациями			тестирование
	MDRFU 2022 P	КВ	Маркетинговая деятельность на рынке финансовых услуг	5	150	тестирование
	AMDK2022		Анализ маркетинговой деятельности компании на современном рынке			тестирование
	PP (M) 2022	ВК	Производственная практика	10	300	Отчет
	EIRM	ОК	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	13	390	Отчет

5. План развития образовательной программы

Цель:	Целевой индикатор:	В плановом периоде			
		Ед.изм. 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	3	4	5
	Количество магистрантов и докторантов, проходивших стажировку за рубежом за последний учебных год	чел	1	1	3
	Количество выпускников с дипломом «с отличием»	чел	1	1	1
	Уровень трудоустройства выпускников	%	100%	100%	100%
Задача 1.3 Развитие непрерывного образования	Количество массовых открытых онлайн-курсов (МООК), разработанных вузом и представленных в открытом доступе в национальных и зарубежных образовательных платформах, таких, как moocs.kz, openu.kz, coursera.org и т.д.	шт.	1	2	2
Задача 1.4 Трансформация методов преподавания и развитие новых форм обучения	Количество ППС, прошедших повышение квалификации по профилю читаемых дисциплин в рамках ОП	чел.	8	9	9
	Количество практических	чел.	1	2	2

	работников, привлеченных к проведению учебных занятий, чтению элективных дисциплин				
	Количество выпускных квалификационных работ, выполненных по заказу предприятий	шт.	1	2	2
ПРИОРИТЕТ 2. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА					
Задача 2.1 Повышение научно-исследовательского потенциала и инновационной активности университета	Доля преподавателей с ученой степенью	%	100%	100%	100%
	Количество преподавателей, имеющих звание «Лучший преподаватель», государственных наград, стипендий, грантов	чел.	2	3	3
	Общее число публикаций	ед	20	22	23
	Количество публикаций в журналах Web of science / Scopus	ед	2	3	3
	Число публикаций в перечне КОКСНВО	ед	5	6	7
	Количество цитирований публикаций	ед	3	4	4
	Индекс Хирша	ед	3	4	5
	Количество совместных публикаций с научными организациями	ед	4	5	5
	Количество совместных публикаций с промышленными бизнес-партнерами	ед	2	3	3
	Количество публикаций по ЦУР	ед	1	2	3
Задача 2.2 Развитие многоканальной системы финансирования научных исследований кафедр	Общий объем финансирования НИР (государственное и негосударственное финансирование, международные гранты) (Ф _{НИР})	тыс. тенге			
	Количество руководителей научных проектов	чел	2	3	3
	Число свидетельств по интеллектуальной собственности: лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений преподавателей	шт.	3	4	5
Задача 2.3 Привлечение обучающихся в науку и производство	Число обучающихся-победителей на научно-практических конференциях, олимпиадах в Казахстане и странах СНГ	чел	1	2	2
	Число обучающихся - победителей на научно-практических конференциях, олимпиадах в дальнем зарубежье	чел.	1	2	2
	Число свидетельств по интеллектуальной собственности: лицензий, патентов, авторских свидетельств, изобретений обучающихся	ед.	4	5	6
ПРИОРИТЕТ 3. ЭФФЕКТИВНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТА КАК РАВНОПРАВНОГО ПАРТНЕРА В МИРОВОЕ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО					
Задача 3.1 Соответствие международным стандартам качества в	Число совместных образовательных программ двудипломного образования с зарубежными вузами с выдачей дипломов или	ед.	1	1	1

области исследовательских и образовательных программ	сертификатов (ТОП -700 рейтинга QS)				
	Количество дисциплин, преподаваемых на иностранных языках	ед.	2	3	3
	Количество совместных публикаций с представителями зарубежных организаций	ед	3	4	4
Задача 3.2 Благоприятная среда для обучения и исследований	Число иностранных обучающихся	чел	1	1	1
	Число иностранных преподавателей, задействованных в учебном процессе (не менее 2-х недель)	чел	1	1	1
	Число обучающихся по входящей внешней мобильности	чел	1	1	1
	Число обучающихся по исходящей внешней мобильности	чел	1	1	1
	Число выпускников вуза, получивших международные гранты или международные стипендии (кроме стипендии Болашак)	чел.	1	1	1
Задача 3.3 Повышение международного имиджа Карагандинского университета Казпотребсоюза	Число международных научных проектов	ед	1	1	1
	Количество стран с представителями которых реализуются научные проекты	ед	1	2	2
	Число ППС, имеющих диплом/ученую степень вузов дальнего зарубежья	чел	1	1	1
	Количество подписчиков на официальный интернет- ресурс кафедры в социальных сетях	чел	735	745	750
	Количество ссылок на сайт 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 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		Даниярова М.Т.
Директор ДСР		Глазунова С.Б.