

**АХМЕТ БАЙТҰРСЫНҰЛЫ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ ӨңІРЛІК УНИВЕРСИТЕТІ**  
**КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИМЕНИ АХМЕТ БАЙТҰРСЫНҰЛЫ**  
**KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY NAMED AFTER AKHMET BAITURSYNULY**



**Білім беру бағдарламасы**  
**Образовательная программа**  
**Educational program**

**7M04106 Маркетинг/Marketing**

Деңгейі/Уровень/Level: магистратура/магистратура/master's degree program

Қостанай, 2024

### **ӘЗІРЛЕУШІЛЕР/ РАЗРАБОТЧИКИ// DEVELOPERS:**

Тобылов К.Т. – БЕЖБ кафедрасының қауымдастырылған профессоры м.а., э.ғ.к.;  
Тобылов К. Т.- и. о. ассоциированного профессора кафедры БУиУ, к.э.н.;  
Tobylov K. T. - Acting Associate Professor of the Department of Accounting and Management,  
PhD in Economics;

Сейтова Г.Т. – БЕЖБ кафедрасының профессоры м.а. э.ғ.к.;  
Сейтова Г. Т.- и. о. профессора кафедры БУиУ, к.э.н.;  
Seitova G. T. - Acting Professor of the Department of Accounting and Management, PhD in  
Economics;

Утебаева Ж.А. – БЕЖБ кафедрасының қауымдастырылған профессоры, э.ғ.к.;  
Утебаева Ж. А.- ассоциированный профессор кафедры БУиУ, к.э.н.;  
Utebaeva Zh. A.- Associate Professor of the Department of Accounting and Management, PhD in  
Economics;

Молдагалиева Н.Д. – БЕЖБ кафедрасының оқытушысы, магистр;  
Молдагалиева Н. Д. - преподаватель кафедры БУиУ, магистр;  
Moldagalieva N. D. - Lecturer of the Department of Accounting and Management, Master;

Басалыга Д. А. – «Стомед» ЖШС персоналды басқару жөніндегі менеджері;  
Басалыга Д. А.- менеджер по управлению персоналом ТОО «Стомед»;  
Basalyga D. A. - HR Manager of "Stomed" LLP;

Лошитская В.С. – 6В04103 Маркетинг ББ 4-курс студенті.  
Лошитская В. С.- студентка 4 курса ОП 6В04103 Маркетинг.  
Loshitskaya V. S.- is a 4 year student of EP 6В04103 Marketing.

### **ҰСЫНЫЛДЫ/ РЕКОМЕНДОВАНО/ RECOMMENDED:**

Бухгалтерлік учет және басқару кафедрасы отырысында қарастырылды, 2024 ж. 29.04. № 5 хаттама

Рассмотрена на заседании кафедры Бухгалтерского учета и управления, протокол № 5 от 30.05.2024 г.

Considered at a meeting of the department Accounting and management, protocol No. 5 dated 30.04.2024 y.

Оқу әдістемелік кеңесінің шешімімен ұсынылды, 2024 ж. 29.05 № 3 хаттама

Рекомендована решением Учебно-методического совета, протокол № 3 от 29.05.2024г.

Recommended by the decision of the Educational and Methodological Council, Protocol No. 3 dated 29.05.2024y.

Ғылыми кеңесінің шешімімен ұсынылды, 2024 ж. 29.05 № 6 хаттама

Рекомендована решением Ученого совета, протокол № 6 от 29.05.2024 г.

Recommended by the decision of the Academic Council, Protocol No. 6 dated 29.05.2024 y.

#### **Келесі құжаттар негізінде жасалды:**

- Жоғары білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарты, Қазақстан Республикасының Ғылым және жоғары білім министрінің 2022 жылғы 20 шілдедегі № 2 бұйрығымен бекітілген (20.02.2023 ж. өзгерістер мен толықтырулармен);
- Әлеуметтік әріптестік пен әлеуметтік және еңбек қатынастарын реттеу жөніндегі республикалық үш жақты комиссияның 2016 жылғы 16 наурыздағы бекітілген Ұлттық біліктілік шеңбері;
- Кәсіби стандарт: "инновациялық жобаны сүйемелдеу "Қазақстан Республикасының" Атамекен " Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.24 № 259 бұйрығына № 11 қосымша
- "Нарықтарды талдау саласындағы қызмет" Кәсіби стандарты "Атамекен" Қазақстан Республикасы Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.26 №263 бұйрығына № 89 қосымша
- Кәсіби стандарт: "инновациялық өнімдер/қызметтер маркетингі "Қазақстан Республикасының" Атамекен " Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.24 № 259 бұйрығына № 4 қосымша
- Кәсіптік стандарт: жоғары және (немесе) жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдарының педагогтері (профессор-оқытушылар құрамы) үшін 2023 жылғы 20 қарашадағы № 591

#### **Разработана на основании следующих документов:**

- Государственный общеобязательный стандарт высшего образования, утвержден приказом Министра науки и высшего образования Республики Казахстан от 20 июля 2022 года № 2 (с изменениями и дополнениями от 20.02.2023 г.);
- Национальная рамка квалификаций, утвержденная протоколом от 16 марта 2016 года Республиканской трехсторонней комиссией по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений;
- Профессиональный стандарт: «Сопровождение инновационного проекта» Приложение № 11 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 24.12.2019г. № 259
- Профессиональный стандарт: «Деятельность в сфере анализа рынков» Приложение № 89 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019г №263
- Профессиональный стандарт: «Маркетинг инновационной продукции/услуг» Приложение № 4 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 24.12.2019г. № 259
- Профессиональный стандарт: для педагогов (профессорско-преподавательского состава) организаций высшего и (или) послевузовского образования от 20 ноября 2023 года № 591

#### **Developed on the basis of the following documents:**

- The State mandatory standard of Higher Education, approved by the Order of the Minister of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan dated July 20, 2022 No. 2 (with amendments and additions dated 20.02.2023);
- National qualifications framework approved by the protocol of March 16, 2016 by the Republican tripartite commission on social partnership and regulation of social and labor relations;
- Professional standard: "Support of an innovative project" Appendix No. 11 to the order of the Deputy Chairman of the Board of the National Chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan "Atameken" dated 12/24/2019 No. 259
- Professional standard: "Activities in the field of market analysis" Appendix No. 89 to the order of the Deputy Chairman of the Board of the National Chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan "Atameken" dated 12/26/2019 No. 263

- Professional standard: "Marketing of innovative products/services" Appendix No. 4 to the order of the Deputy Chairman of the Board of the National Chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan "Atameken" dated 12/24/2019 No. 259
- Professional standard: for teachers (teaching staff) of organizations of higher and (or) postgraduate education dated November 20, 2023 No. 591

**КЕЛІСІЛДІ/ СОГЛАСОВАНО:**

1. Республика Агенттігінің Департаменті, Қазақстан мемлекеттік қызмет істері жөніндегі Қостанай облысы бойынша Департаменті, Агентства Республики Казахстан по делам государственной службы по Костанайской области, Department of the Agency of the Republic Kazakhstan on Civil Service Affairs in Kostanay region

«16» 05

2024 г.

(мөрі/печать, қолы/подпись)

Е. А. Салықбаев

2. «Қасарас» ЖШС/  
ТОО «Қасарас»/  
«Қасарас» LLP

«16» 05 2024 г.



Г. М. Сейдағалиева

(мөрі/печать, қолы/подпись)

3. «Қостанай агромеханикалық зауыты» ЖШС/  
ТОО «Қостанайский агромеchanический завод»/  
«Kostanay Agro-Mechanical Plant» LLP

«16» 05 2024 г.



Р. А. Калимжанов

(мөрі/печать, қолы/подпись)

4. АҚ «Ахмет Байтұрсынұлы атындағы «Қостанай» халықаралық әуежайы»  
АО «Международный аэропорт «Қостанай» имени Ахмета Байтұрсынұлы»  
JSC «Kostanay International Airport named after Akhmet Baitursynuly»

«16» 05 2024 г.



А. Қ. Бекбосынов

(мөрі/печать, қолы/подпись)

© А. Байтұрсынұлы атындағы  
Қостанай өңірлік университеті

© А. Байтұрсынұлы атындағы  
Қостанай өңірлік университеті

**Білім беру бағдарламасының паспорты**  
**Паспорт образовательной программы**  
**Passport of the educational program**

<b>БББ коды және атауы/ Код и название ОП OP code and name</b>	7M04106 Маркетинг/Marketing
<b>Білім беру саласының коды және жіктелуі / Код и классификация области образования/ Code and classification the field of education</b>	7M04 Бизнес, басқару және құқық /Бизнес, управление и право/Business, management and law
<b>Даярлау бағытының коды мен жіктелуі/ Код и классификация направления подготовки/ Code and classification areas of training/</b>	7M041 Бизнес және басқару /Бизнес и управление/Business and management
<b>Білім беру бағдарламалары тобы /Группа образовательных программ / Group of educational programs</b>	M075 Маркетинг және жарнама/ Маркетинг и реклама/ Marketing and Advertising
<b>Білім ББ түрі/ Вид ОП/ EP type</b>	Қолданыстағы/Действующая/Acting;
<b>ББХСЖ бойынша деңгейі/ Уровень по МСКО/ ISCED level</b>	ББХСШ /МСКО/ ISCED 7
<b>ҰБШ бойынша деңгейі/Уровень по НРК/ NQF level</b>	ҰБШ /НРК/ NQF 7
<b>СБШ бойынша деңгейі/ Уровень по ОРК/ ORK level</b>	СБШ /ОРК// <b>ORK 7</b>
<b>БББ айрықша ерекшеліктері/ Отличительные особенности ОП / EP distinctive features</b>	-
<b>Мүгедектігі бар адамдар үшін ББ және ЕБҚ іске асыру шарттары / Условия реализации ОП для лиц с инвалидностью и ООП / Conditions for the implementation of EP for students with disabilities and special educational needs</b>	Мүгедектігі бар білім алушылардың білім беру процесін қамтамасыз ету үшін университеттің академиялық саясатына сәйкес пәндердің ( барлық модульдердің), практикалардың және қорытынды аттестаттау рәсімдерінің тәртібі толық сақталады. "Мүгедектігі бар білім алушылардың пәнді игеруінің арнайы шарттары" бойынша мүгедектігі бар адамдар үшін және ЕББ бейімдеу ББ арналған қосымша бөлімін енгізу арқылы оқу жұмыс бағдарламаларын (силлабустарды) әзірлеу арқылы іске асырылады. Для обеспечения образовательного процесса обучающихся

	<p>с инвалидностью и ООП сохраняется полный дисциплин (модулей), практик и процедуры итоговой аттестации в соответствии с Академической политикой университета. Для лиц с инвалидностью и ООП адаптационная ОП реализуется через разработку Рабочих учебных программ (силлабусов) путем включения дополнительного раздела «Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ООП»).</p> <p>To ensure the educational process of students with disabilities and special educational needs all courses (modules), practices and procedures of the final certification in accordance with the Academic Policy of the University. The adaptation of the EP is implemented for persons with disabilities and special educational needs through the development of working curricula (syllabuses) by including an additional section "Special conditions for mastering the course by students with disabilities and special educational needs").</p>
<b>Оқыту нысаны/ Форма обучения/ Form of study</b>	Күндізгі/Очное /Full time
<b>Оқу мерзімі/Срок обучения/ Training period</b>	2 жыл/ 2 года/2 years
<b>Оқыту тілі/Язык обучения/ Language of instruction</b>	қазақ және орыс/казахский и русский / kazakh and russian
<b>Кредит көлемі/ Объем кредитов/ Loan volume</b>	Академиялық кредит 120 / Академических кредитов 120/ Academic credits 120 ECTS

**ТҮЛЕК МОДЕЛІ/  
МОДЕЛЬ ВЫПУСКНИКА/  
GRADUATE MODEL**

<b>Білім беру бағдарламасының мақсаты/ Цель образовательной программы/ The purpose of the educational program</b>
<p>Маркетинг ғылымы саласындағы ғылыми мәселелерді шеше алатын маркетинг ғылыми-педагогикалық кадрларды даярлау; жаңа ғылыми тұжырымдамалар мен теорияларды қолдана отырып ғылыми зерттеулер жүргізу; маркетинг практикасында маркетингтік зерттеулер, тауарлық, баға, өткізу және коммуникативтік саясат жүргізуді қамтамасыз ету; ғылыми білімдер мен әдіснамалардың синтезі мен интеграциясы негізінде ақпараттық технологияларды тарта отырып, зерттеу жұмысын жүзеге асыру; зерттеу нәтижелерін өңдеу, маркетинг кешенінің барлық элементтеріне талдау жүргізу; маркетинг стратегияларын әзірлеу, оларға қол жеткізу және ұйымдарда маркетингтік технологияларды, құралдарды енгізу; білім беру мекемелерінде педагогикалық, ғылыми-зерттеу және басқару қызметін жүзеге асыру.</p>
<p>Подготовка научно-педагогических кадров в области маркетинга, способных решать научные проблемы в области маркетинговой науки; проводить научные исследования с применением новейших научных концепций и теорий; обеспечивать проведение маркетинговых исследований, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики в практике маркетинга; осуществлять исследовательскую работу с привлечением информационных технологий на основе синтеза и интеграции научных знаний, и методологий; обрабатывать результаты исследований, проводить анализ всех элементов комплекса маркетинга; разрабатывать стратегии маркетинга, добиваться их достижения и внедрять маркетинговые технологии, инструменты в организациях; осуществлять педагогическую, научно-исследовательскую и управленческую деятельность в учреждениях образования.</p>
<p>Training of scientific and pedagogical personnel in the field of marketing who are able to solve scientific problems in the field of marketing science; conduct scientific research using the latest scientific concepts and theories; ensure marketing research, commodity, price, sales and communication policy in marketing practice; carry out research work involving information technology based on the synthesis and integration of scientific knowledge, and methodologies; process research results, analyze all elements of the marketing mix; develop marketing strategies, achieve their achievement and implement marketing technologies, tools in organizations; carry out pedagogical, research and management activities in educational institutions.</p>
<b>Берілетін дәреже/Присуждаемая степень/ Awarded degree</b>
«7М04106 Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша экономика ғылымдары магистрі
Магистр экономических наук по образовательной программе «7М04106Маркетинг»
Master of Economic Sciences the educational program «7М04106Marketing»
<b>Маман лауазымдарының тізбесі/ Перечень должностей по ОП/ List of positions on OP</b>
Инновациялық даму менеджер, маркетингтік талдаушы, PR-менеджер, маркетинг бөлімі бастығының орынбасары, оқытушы, ғылыми қызметкер.
Менеджер по инновационному развитию, маркетингтік-аналитик, PR-менеджер, начальник отдела по маркетингу, зам.начальника отдела по маркетингу, преподаватель, научный сотрудник.
Manager for innovative development, marketing analyst, PRmanager, head of marketing department, deputy. Head of Marketing Department, Lecturer, Researcher
<b>Кәсіби қызмет объектілері/ Объекты профессиональной деятельности/ Objects of professional activity</b>
Нарықтар (тауар, қор, ақпарат, капитал, еңбек және т.б.д.); мемлекеттік мекемелер; қызмет көрсету кәсіпорындары (қонақүйлер, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары, туристік фирмалар, экскурсиялық бюро); өндірістік және делдалдық кәсіпорындар; халықаралық сауда

палаталары; саудаүйлері; көлік және коммуникациялар; қойма шаруашылығы; саяси білім беру; қоғамдық ұйымдар; білім беру ұйымдары
Рынки (товарные, фондовые, информационные, капитала, труда и т.д.); государственные учреждения; предприятия услуг (гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионное бюро); производственные и посреднические предприятия; международные торговые палаты; торговые дома; транспорт и коммуникации; складское хозяйство; политические образования; общественные организации; организации образования
Markets (commodity, stock, information, capital, labor, etc.); government agencies; service enterprises (hotels, catering establishments, tourist companies, tour bureaus); manufacturing and intermediary enterprises; international chambers of commerce; trading houses; transport and communications; warehousing; political entities; public organizations; educational organizations
<b>Кәсіби қызмет түрлері/ Виды профессиональной деятельности/ Professional activities</b>
Ғылыми-зерттеу; білім беру; ұйымдастыру-басқару; есептеу-жобалау, эксперименттік-зерттеу; жарнама бизнесі; логистикалық бизнес.
Научно-исследовательская; образовательная; организационно-управленческая; расчетно-проектная, экспериментально-исследовательская; рекламный бизнес; логистический бизнес.
Research; educational; organization and managerial; calculation and design, experimental research; advertising business; logistics business.
<b>Кәсіби қызметінің функциялары/ Функции профессиональной деятельности/ Functions of professional activity</b>
Барлық бөлімшелердің қызметін ұйымдастыруды жетілдіру жөніндегі іс-шараларды әзірлеу; әртүрлі салаларда маркетингтік зерттеулерді жүзеге асыру; сервистің стратегиясымен тактикасын, маркетинг бюджетін және кәсіпорынның бизнес-жоспарын әзірлеуге қатысу; кәсіпорынды басқару бойынша қызметті ұйымдастыру, жоспарлау және үйлестіру және нарықтық және салалық экономиканы қалыптастыру; әртүрлі салаларда ауыл шаруашылығы өнімінің іске асырылуын бақылауды жүзеге асыру басқару және бақылау; бейіндік бағыттағы пәндер бойынша білім беру бағдарламалары мен оқу-әдістемелік кешендерді әзірлеу
Разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности всех подразделений; осуществление маркетинговых исследований в различных отраслях; участие в разработке стратегии и тактики сервиса, бюджета маркетинга и бизнес-плана предприятия; организация, планирование и координация деятельности по управлению предприятием информирование рыночной и отраслевой экономики; осуществление контроля, за реализацией сельскохозяйственной продукции в различные отрасли народного хозяйства; управление и контроль агропромышленного комплекса в различные отрасли хозяйствования; разработка образовательных программ и учебно-методических комплексов по дисциплинам профильной направленности
Development of measures to improve the organization of the activities of all departments; implementation of marketing research in various industries; participation in the development of service strategy and tactics, marketing budget and business plan of the enterprise; organization, planning and coordination of enterprise management activities and the formation of a market and industry economy; control over the sale of agricultural products in various industries; branches of the national economy; management and control of the agro-industrial complex in various branches of management; development of educational programs and educational and methodological complexes in the disciplines of the profile orientation
<b>БББ бойынша оқу нәтижелері/ Результаты обучения по ОП/ EP learning outcomes</b>
Оқу бағдарламасын сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті: ON1 Салалық және пәнаралық ұжымдарды басқару, корпоративтік басқаруды жүзеге асыру, өзін-өзі бақылау және басқаларды бақылау қабілеттерін көрсету; ON2 Ғылыми зерттеулер, Жобалық іс-шаралар жүргізуге, нәтижелерді өз бетінше талдауға және ұсынуға қабілетті; ON3 Инновациялық қызметті тәуекел-талдау құралдарын қолдану және оның барлық кезеңдерімен SWOT-талдау жүргізу арқылы сыртқы ортаны жақсарту үшін идеяларды, қол



жеткізілген нәтижелер мен инновацияларды ілгерілетуге қабілетті;

ON4 Зерттелетін саладағы проблемаларды анықтауға, жүйелі ойлау негізінде үнемді өндірістің әлеуметтік жауапкершілігін ескере отырып, стратегияларды, әдістерді және оларды шешу жолдарын анықтауға қабілетті;

ON5 Жаңа және жаңа ғылыми тұжырымдамалар мен теорияларды қолдана отырып, кәсіби саладағы және пәнаралық контекстегі мәселелерді шеше алады;

ON6 Ғылыми білім мен әдіснамалардың синтезі мен интеграциясы негізінде инновациялық өнім жасау үшін өзінің ғылыми зерттеулерін жүргізуге, оқытудың белсенді әдістерін қолдана отырып, Педагогикалық қызметті жобалауға және кәсіби саладағы ғылымның жаңа жетістіктері контекстінде жобалау қызметін жүзеге асыруға қабілетті;

ON7 Ғылыми жазу және коммуникация дағдыларын меңгерген, табысты педагогикалық жұмысқа ықпал ететін оқушылармен қарым-қатынас орнатуға және дамытуға қабілетті, өз қорытындыларын дәлелдей алады, оларды кәсіби пікірталастарда қорғай алады;

ON8 Компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыруға, маркетингтік стратегияларды, өнім, баға, маркетинг және коммуникациялық саясатты маркетинг тәжірибесінде әзірлеуге және іске асыруға қабілетті;

ON9 Маркетингтік зерттеулер жүргізу, деректерді жинау және өңдеу, талдамалық есептерді дайындау дағдыларын меңгерген;

ON10 Презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар кешенде өткізу, жеке сатуды, көрмелерді, жәрмеңкелерді ұйымдастыру, өткізуді ынталандыру құралдарын пайдалану дағдыларын меңгерген

ON11 Қаржы ұйымдарының маркетингтік қызметін ұйымдастыруға, салалық ерекшелікті ескере отырып, қаржы қызметтері нарығында маркетингтік технологияларды қолдануға қабілетті;

ON12 Тиімді сатудың, сауда тұсаукесерлерін өткізудің, мерчандайзинг құралдарын сату және қолдану процесінде келіссөздер жүргізудің әдістері мен әдістерін меңгерген.

После успешного завершения этой программы обучающийся будет:

ON1 Демонстрировать умение руководить отраслевыми и междисциплинарными коллективами, осуществлять корпоративный менеджмент, способен к самоконтролю и контролю других а также устанавливать годовые цели, проводить обучение, мотивировать и контролировать результаты работы подчиненных;

ON2 Способен проводить научные исследования, проектную деятельность, самостоятельно анализировать и представлять полученные результаты;

ON3 Способен продвигать идеи, достигнутые результаты и инновации для улучшения внешней среды, применяя инструменты риск-анализа инновационной деятельности и проводя SWOT-анализ со всеми его этапами;

ON4 Способен выявлять проблемы в исследуемой области, определять стратегии, способы и пути их решения с учетом социальной ответственности бережливого производства на основе системного мышления;

ON5 Способен решать проблемы в профессиональной сфере и междисциплинарном контексте с применением новых и новейших научных концепций и теорий;

ON6 Способен проводить собственное научное исследование для создания инновационной продукции на основе синтеза и интеграции научных знаний, и методологий, проектировать педагогическую деятельность, используя активные методы обучения и осуществлять проектную деятельность в контексте новейших достижений науки в профессиональной сфере;

ON7 Владеет навыками научного письма и коммуникации, способен устанавливать и развивать взаимоотношения с учащимися, что способствует успешной педагогической работе и может аргументировать свои выводы, отстаивать их в профессиональных дискуссиях;

ON8 Способен организовать маркетинговую деятельность компании, разрабатывать и реализовать маркетинговые стратегии, товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную

политику в практике маркетинга;

ON9 Владеет навыками проведения маркетинговых исследований, сбора и обработки данных, подготовки аналитических отчетов;

ON10 Владеет навыками проведения в комплексе презентаций, рекламных и PR-акций, организации личной продажи, выставок, ярмарок, умение использовать средства стимулирования сбыта;

ON 11 Способен организовать маркетинговую деятельность финансовых организаций, применять маркетинговые технологии на рынке финансовых услуг с учетом отраслевой специфики;

ON12 Владеет техниками и методами эффективных продаж, проведения торговых презентаций, ведения переговоров в процессе продажи и применения инструментов мерчандайзинга.

Upon successful completion of this program, the student will:

ON1 Demonstrate the ability to lead industry and interdisciplinary teams, carry out corporate management, is capable of self-control and control of others, as well as set annual goals, conduct training, motivate and control the results of subordinates' work;

ON2 He is able to promote ideas, achieved results and innovations to improve the external environment, using risk analysis tools for innovation activities and conducting SWOT analysis with all its stages;

ON3 is able to promote ideas, achieved results and innovations to improve the external environment;

ON4 Is able to identify problems in the area under study, identify strategies, methods and ways to solve them, taking into account the social responsibility of lean production based on systems thinking;

ON5 Is able to solve problems in the professional field and in an interdisciplinary context with the application of new and latest scientific concepts and theories;

ON6 Is able to conduct his own scientific research to create innovative products based on the synthesis and integration of scientific knowledge and methodologies, design pedagogical activities using active teaching methods and carry out project activities in the context of the latest scientific achievements in the professional field;

ON7 Has the skills of scientific writing and communication, is able to establish and develop relationships with students, which contributes to successful pedagogical work and can argue his conclusions, defend them in professional discussions;

ON8 Is able to organize the company's marketing activities, develop and implement marketing strategies, product, pricing, sales and communication policies in marketing practice;

ON9 Has the skills to conduct marketing research, collect and process data, prepare analytical reports;

ON10 Has the skills of conducting presentations, advertising and PR campaigns in a complex, organizing personal sales, exhibitions, fairs, the ability to use sales promotion tools;

ON 11 Is able to organize marketing activities of financial organizations, apply marketing technologies in the financial services market, taking into account industry specifics;

ON12 Has the techniques and methods of effective sales, conducting trade presentations, negotiating during the sale process and using merchandising tools.

**«7M04106- Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелерінің «Педагог» кәсіптік стандартымен арақатынасы**  
**Соотнесение результатов обучения по образовательной программе «7M04106-Маркетинг» с Профессиональным стандартом**  
**«Педагог»**

**КӘСІБИ КАРТА: «Білім саласындағы оқытушы, ассистент, ЖЖОКБҰ», СБШ 7 деңгей – Магистратура**  
**КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «Преподаватель, ассистент в области образования, ОВПО», 7 уровень ОРК – Магистратура**

ON	КС еңбек функциялары/ Трудовые функции ПС	Біліктілік, дағдылар/ Умения, навыки	Білімдер/ Знания	Личностные и профессиональные компетенции (ПС)/ Жеке және кәсіби құзыреттіліктер (КС)
<p>ON1 салалық және пәнаралық ұжымдарды басқару, корпоративтік менеджментті жүзеге асыру, өзін-өзі бақылауға және басқаларды бақылауға қабілетті, сондай-ақ жылдық мақсаттарды белгілеуге, оқытуды жүргізуге, бағыныштылардың жұмыс нәтижелерін ынталандыруға және бақылауға қабілетті екенін көрсету/ ON1 демонстрировать умением руководить отраслевыми и междисциплинарными коллективами, осуществлять корпоративный менеджмент, способен к самоконтролю и контролю других, а также устанавливать годовые цели, проводить обучение, мотивировать и контролировать результаты работы подчиненных;</p>	<p>Еңбек функциясы 4: Білім алушы жастарды әлеуметтендіру / Трудовая функция 4: Социализация обучающейся молодежи</p>	<p>1. ЖЖОКБҰ саясаты мен рәсімдеріне сәйкес білім беру ортасы мен ұйымдық мәдениетті қолдау және дамыту; 2. білім алушылардың азаматтық және кәсіби белсенділігін арттыруға ықпал ету; 3. академиялық адалдық пен парасаттылық қағидаттарын сақтау.</p> <p>1. поддерживать и развивать образовательную среду и организационную культуру в соответствии с политиками и процедурами ОВПО; 2. способствовать повышению гражданской и профессиональной активности обучающихся; 3. соблюдать принципы академической честности и добропорядочности.</p>	<p>1. педагогикалық менеджмент және жас ерекшелік психологиясы; 2. педагогикалық аксиология; 3. жастар ортасында және қоғамда жаһандық және ұлттық құндылықтарды ілгерілету тұжырымдамалары, стратегиялары, тетіктері</p> <p>1. педагогического менеджмента и возрастной психологии; 2. педагогической аксиологии; 3. концепций, стратегий, механизмов продвижения глобальных и национальных ценностей в молодежной среде и в социуме.</p>	<p>Мейірімділік, қарым-қатынас, эмпатия, стресске төзімділік, эмоционалды тепе-теңдік, кәсіби және әлеуметтік жауапкершілік, оқыту және зерттеу дағдыларын дамыту мүмкіндігі/Доброжелательность, коммуникабельность, эмпатия, стрессоустойчивость, эмоциональная уравновешенность, профессиональная и социальная ответственность, способность к развитию преподавательских и исследовательских навыков.</p>
<p>ON2 ғылыми зерттеулер, Жобалық іс-шаралар жүргізуге, нәтижелерді өз бетінше талдауға және ұсынуға қабілетті; /ON2 способен проводить научные исследования, проектную деятельность, самостоятельно</p>	<p>Еңбек функциясы 2: Ғылыми зерттеулер жүргізу/ Трудовая функция 2: Проведение научных исследований</p>	<p>1. ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарды орындауға қатысу; 2. ғылыми нәтижелілік пен жарияланым белсенділігін арттыру 3. ұлттық және халықаралық дерекқорлармен жұмыс істеу.</p>	<p>1. ғылыми зерттеулер әдіснамасы; 2. ғылыми зерттеулер жүргізу кезіндегі этикалық нормалар; 3. ғылым саласындағы нормативтік құқықтық актілер.</p>	<p>Мейірімділік, қарым-қатынас, эмпатия, стресске төзімділік, эмоционалды тепе-теңдік, кәсіби және әлеуметтік жауапкершілік, оқыту</p>

<p>анализировать и представлять полученные результаты; ON5 жаңа және жаңа ғылыми тұжырымдамалар мен теорияларды қолдана отырып, кәсіби саладағы және пәнаралық контекстегі мәселелерді шеше алады; / ON5 способен решать проблемы в профессиональной сфере и междисциплинарном контексте с применением новых и новейших научных концепций и теорий;</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. принимать участие в выполнении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;</li> <li>2. повышать научную результативность и публикационную активность;</li> <li>3. работать с национальными и международными базами данных.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. методологии научных исследований;</li> <li>2. этических норм при проведении научных исследований;</li> <li>3. нормативных правовых актов в области науки</li> </ol>	<p>және зерттеу дағдыларын дамыту мүмкіндігі/Доброжелательность, коммуникабельность, эмпатия, стрессоустойчивость, эмоциональная уравновешенность, профессиональная и социальная ответственность, способность к развитию преподавательских и исследовательских навыков.</p>
<p>ON6 ғылыми білім мен әдіснамалардың синтезі мен интеграциясы негізінде инновациялық өнім жасау үшін өзінің ғылыми зерттеулерін жүргізуге, оқытудың белсенді әдістерін қолдана отырып, Педагогикалық қызметті жобалауға және кәсіби саладағы ғылымның жаңа жетістіктері контекстінде жобалау қызметін жүзеге асыруға қабілетті; /ON6 способен проводить собственное научное исследование для создания инновационной продукции на основе синтеза и интеграции научных знаний, и методологий, проектировать педагогическую деятельность, используя активные методы обучения и осуществлять проектную деятельность в контексте новейших достижений науки в профессиональной сфере;</p>	<p>Еңбек функциясы 1: Оқыту/ Трудовая функция 1: Обучение</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. студенттік орталықтандырылған оқыту және бағалау қағидаттарын ескере отырып, дәріс, семинар және практикалық сабақтарды ұйымдастыру және өткізу;</li> <li>2. білім, ғылым және инновациялардың интеграциясын ескере отырып, оқытылатын пәндер бойынша оқу-әдістемелік материалдарды әзірлеу;</li> <li>3. цифрлық технологияларды пайдалана отырып, бакалавриат білім алушыларымен кері байланыс орнату.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организовывать и проводить лекционные, семинарские и практические занятия с учетом принципов студентоцентрированного обучения и оценивания;</li> <li>2. разрабатывать учебно-методические материалы по преподаваемым дисциплинам с учетом интеграции образования, науки и инноваций;</li> <li>3. устанавливать обратную связь с обучающимися бакалавриата с использованием цифровых</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ЖЖОКБҰ-да білім беру-ғылыми процесті жоспарлау мен ұйымдастырудың негізгі талаптары;</li> <li>2. студенттік орталықтандырылған оқыту және бағалау қағидаттары, оқытылатын пәндердің мазмұны.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. основных требований планирования и организации образовательно-научного процесса в ОВПО;</li> <li>2. содержания преподаваемых дисциплин, принципов студентоцентрированного обучения и оценивания.</li> </ol>	<p>Мейірімділік, қарым-қатынас, эмпатия, стресске төзімділік, эмоционалды тепе-теңдік, кәсіби және әлеуметтік жауапкершілік, оқыту және зерттеу дағдыларын дамыту мүмкіндігі/Доброжелательность, коммуникабельность, эмпатия, стрессоустойчивость, эмоциональная уравновешенность, профессиональная и социальная ответственность, способность к развитию преподавательских и исследовательских навыков.</p>

<p>ON7 ғылыми жазу және коммуникация дағдыларын меңгерген, табысты педагогикалық жұмысқа ықпал ететін оқушылармен қарым-қатынас орнатуға және дамытуға қабілетті, өз қорытындыларын дәлелдей алады, оларды кәсіби пікірталастарда қорғай алады;</p> <p>ON7 владеет навыками научного письма и коммуникации, способен устанавливать и развивать взаимоотношения с учащимися, что способствует успешной педагогической работе и может аргументировать свои выводы, отстаивать их в профессиональных дискуссиях;</p>	<p>Еңбек функциясы 3: Ғылыми-әдістемелік жұмысты жүзеге асыру/ Трудовая функция 3: Осуществление научно-методической работы</p>	<p>технологий.</p> <p>1. оқу-әдістемелік жұмысты жүргізу және әдістемелік құзыреттілікті дамыту;</p> <p>2. кәсіби біліктілігін арттыру;</p> <p>3. бакалавриаттың семинар/практикалық сабақтарын өткізу кезінде пәндік саладағы білім мен психологиялық-педагогикалық білім интеграциясын қамтамасыз ету;</p> <p>4. оқытудың заманауи және инновациялық (оның ішінде цифрлық) технологияларын қолдану.</p> <p>1. проводить учебно-методическую работу и развивать методическую компетентность;</p> <p>2. повышать профессиональную квалификацию;</p> <p>3. обеспечивать интеграцию психолого-педагогических знаний и знаний в предметной области при проведении семинарских/практических занятий бакалавриата;</p> <p>4. применять современные и инновационные (в том числе цифровые) технологии обучения</p>	<p>1. ғылым және жоғары білім саласындағы нормативтік құқықтық актілер (оның ішінде Ұлттық біліктілік жүйесі);</p> <p>2. психологиялық-педагогикалық және пәндік (арнайы) білімді интеграциялау тетіктері мен қағидаттары;</p> <p>3. заманауи және инновациялық (оның ішінде цифрлық) оқыту технологиялары.</p> <p>1. нормативных правовых актов (в том числе Национальную систему квалификаций) в области науки и высшего образования;</p> <p>2. механизмов и принципов интеграции психолого-педагогических и предметных (специальных) знаний;</p>	<p>Мейірімділік, қарым-қатынас, эмпатия, стресске төзімділік, эмоционалды тепе-теңдік, кәсіби және әлеуметтік жауапкершілік, оқыту және зерттеу дағдыларын дамыту мүмкіндігі/Доброжелательность, коммуникабельность, эмпатия, стрессоустойчивость, эмоциональная уравновешенность, профессиональная и социальная ответственность, способность к развитию преподавательских и исследовательских навыков.</p>
---	---	--	---	---

**«7M04106- Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелерінің «Инновациялық өнімдер/қызметтер маркетингі»  
кәсіптік стандартымен арақатынасы**  
**Соотнесение результатов обучения по образовательной программе «7M04106-Маркетинг» с Профессиональным стандартом  
«Маркетинг инновационной продукции/услуг»**

**КӘСІБИ КАРТА: «Инновациялық маркетинг мамандары», СБШ 7 деңгей – Магистратура**  
**КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «Специалисты инновационного маркетинга», 7 уровень ОРК – Магистратура**

ON	КС еңбек функциялары/ Трудовые функции ПС	Біліктілік, дағдылар/ Умения, навыки	Білімдер/ Знания	Личностные и профессиональные компетенции (ПС)/ Жеке және кәсіби қузыреттіліктер (КС)
<p>ON9 маркетингтік зерттеулер жүргізу, деректерді жинау және өңдеу, талдамалық есептерді дайындау дағдыларын меңгерген/ ON9 владеет навыками проведения маркетинговых исследований, сбора и обработки данных, подготовки аналитических отчетов;</p> <p>ON8 компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыруға, маркетингтік стратегияларды, өнім, баға, маркетинг және коммуникациялық саясатты маркетинг тәжірибесінде әзірлеуге және іске асыруға қабілетті/ON8 способен организовать маркетинговую деятельность компании, разрабатывать и реализовать маркетинговые стратегии, товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику в практике маркетинга;</p>	<p>Еңбек функциясы 1 Технологияны дамыту инновация мен инновациялық технологияларды дамыту үшін маркетинг кешенінің құралдарын пайдалана отырып, маркетингтік зерттеу жүргізу/ Трудовая функция 1 Разработка технологии проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для развития инновации и инновационных технологий.</p>	<p>1. Мәселелерді анықтау және зерттеу мақсаттарын қалыптастыру. 2. Зерттеудің кешенді нәтижелері алынатын маркетингтік құралдарды анықтау. 3. Маркетингтік зерттеу жоспарын дайындау және келісу. 4. Бастапқы және қайталама маркетингтік ақпаратты іздеу. 5. Маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін техникалық тапсырманы әзірлеу. 6. Маркетингтік зерттеулер жүргізу мерзімдері мен талаптарын белгілеу. Маркетингтік зерттеу жүргізу үшін маркетингтік ақпаратты жинау, сақтау және өңдеу әдісін қолдану .</p> <p>1. Выявление проблем и формирование целей исследования. 2. Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. 3. Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования. 4. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.</p>	<p>1.Басқару теориясы, құралдары және әдістері 2. Маркетингтік қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілер. 3. Әлеуметтанулық зерттеулер жүргізу ерекшеліктері. 4. Жүйелік талдау принциптері. 5. Статистикалық есептеулерді орындау үшін қолданбалы бағдарламалық жасақтаманы пайдалану әдістері</p> <p>1. Теория, инструменты и методы менеджмента 2. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. 3. Особенности проведения социологических исследований. 4. Принципы системного анализа. 5. Методы использования</p>	<p>Критическое, системное мышление.Профессиональная коммуникация. Личная ответственность за результат. Лидерские качества. Нетворкинг, наличие широких контактов в индустрии/ Сыни, жүйелік ойлау.Кәсіби байланыс. Нәтиже үшін жеке жауапкершілік. Көшбасшылық қасиеттер. Нетворкинг, салада кең байланыстардың болуы</p>

		<p>5. Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования.</p> <p>6. Установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования.</p> <p>Использование метода сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования .</p>	<p>прикладного программного обеспечения для выполнения статистический расчетов</p>	
		<p>1.Бастапқы және қайталама маркетингтік ақпаратты жинауды жоспарлау және ұйымдастыру.</p> <p>2.Математикалық статистика әдістерін қолдана отырып алынған мәліметтерді өңдеу.</p> <p>3.Маркетингтік зерттеулердің нәтижелері бойынша есептер мен ұсыныстар дайындау.</p> <p>4.Тауар және баға саясатын жетілдіру бойынша ұсыныстар қалыптастыру.</p> <p>5.Ұйымдардың тауарларын (қызметтерін) ілгерілету жүйесін жақсарту жөнінде ұсыныстар қалыптастыру.</p> <p>6.Ақпарат жинауға және маркетинг құралдары мен болжау құралдарын басқаруға арналған арнайы бағдарламалармен жұмыс.</p>	<p>1.Маркетингтік қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілер.</p> <p>2.Экономиканың нарықтық әдістері, экономиканың даму заңдылықтары мен ерекшеліктері.</p> <p>3.Тауарлар мен қызметтердің ішкі және сыртқы нарығының конъюнктурасының ерекшеліктері.</p> <p>4.Маркетингтік зерттеулер мен талдауларды жүргізу әдістері мен құралдары.</p> <p>5.Өр түрлі жастағы адамдардың өртүрлі өмірлік жағдайлардағы мінез-құлқының психологиялық ерекшеліктері.</p> <p>6.Пайда, тиімділік, рентабельділік және өндіріс шығындарының көрсеткіштерін есептеу әдістері.</p>	
		<p>1. Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>2.Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики.</p> <p>3.Подготовка отчетов и рекомендации по результатам маркетинговых исследований.</p> <p>4.Формирование предложений по</p>	<p>1.Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.</p> <p>2.Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики.</p> <p>3.Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего</p>	

		<p>совершенствованию товарной и ценовой политики.</p> <p>5.Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организаций.</p> <p>6.Работа со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования.</p>	<p>рынка товаров и услуг.</p> <p>4.Методы и инструменты проведения маркетингового исследования и анализа.</p> <p>5.Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.</p> <p>6.Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.</p>	
<p>ON6 ғылыми білім мен әдіснамалардың синтезі мен интеграциясы негізінде инновациялық өнім жасау үшін өзінің ғылыми зерттеулерін жүргізуге, оқытудың белсенді әдістерін қолдана отырып, Педагогикалық қызметті жобалауға және кәсіби саладағы ғылымның жаңа жетістіктері контекстінде жобалау қызметін жүзеге асыруға қабілетті;</p> <p>/ON6 способен проводить собственное научное исследование для создания инновационной продукции на основе синтеза и интеграции научных знаний, и методологий, проектировать педагогическую деятельность, используя активные методы обучения и осуществлять проектную деятельность в контексте новейших достижений науки в профессиональной сфере;</p> <p>ON10 презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар кешенде өткізу, жеке сатуды, көрмелерді, жәрмеңкелерді ұйымдастыру, өткізуді ынталандыру құралдарын пайдалану дағдыларын меңгерген/ON10 владеет навыками проведения в комплексе презентаций, рекламных и PR-акций, организации личной продажи, выставок, ярмарок, умение</p>	<p>Еңбек функциясы 2</p> <p>Инновациялық қызметте маркетинг кешенінің құралдарын пайдалана отырып, маркетингтік зерттеулерді, бағдарламаларды іске асыру және тарату/</p> <p>Трудовая функция 2</p> <p>Реализация и распространение маркетинговых исследований, программ с использованием инструментов комплекса маркетинга в инновационной деятельности.</p>	<p>1. Өнімдер мен технологияларды жетілдіру жолдарын іздеу.</p> <p>2. Инновациялық тауарларды (қызметтерді) енгізу жөніндегі шараларды әзірлеу.</p> <p>3. Ұйымда материалдық емес активтерді (брендтерді) құру және басқару.</p> <p>4. Тауарларды (қызметтерді) жаңа тұтынушыларды тарту жөніндегі іс-шаралар кешенін әзірлеу және іске асыру.</p> <p>5. Инновациялық тауарларды (көрсетілетін қызметтерді) қазақстандық және халықаралық нарықтарға енгізу кезінде тестілеу.</p> <p>6. Ұйымның ассортименттік саясатын іске асыру және жетілдіру.</p> <p>7. Тауарлар (қызметтер, брендтер) саласында коммуникациялық (жарнамалық) науқандар өткізу.</p> <p>8. Ұйымның фирмалық стилін, оның брендін құруға арналған техникалық тапсырмаларды әзірлеу.</p> <p>9.Ұйым брендтерінің құнын бағалау.</p>	<p>1. Инновацияның маркетингтік компоненттері, инновациялық тауарлар (қызметтер), материалдық емес активтер (брендтер) саласындағы Теория, әдістер мен құралдар.</p> <p>2. Брендті басқару құралдары.</p> <p>3. Ішкі және сыртқы нарықты, оның әлеуеті мен даму тенденцияларын зерттеу әдістері.</p> <p>4. Инновациялық тауарларды (қызметтерді), материалдық емес активтерді (брендтерді) тестілеу рәсімдері.</p> <p>5. Статистикалық есептеулерді орындау үшін қолданбалы кеңсе бағдарламаларын қолдану әдістері.</p> <p>6. Маркетингтік ақпаратты жинау және өңдеу үшін қолданбалы кеңсе бағдарламаларын пайдалану әдістері.</p> <p>7. Маркетингтік қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілер.</p>	<p>Критическое, системное мышление.Профессиональная коммуникация.</p> <p>Личная ответственность за результат. Лидерские качества. Нетворкинг, наличие широких контактов в индустрии/Сыни, жүйелік ойлау.Кәсіби байланыс. Нәтиже үшін жеке жауапкершілік. Көшбасшылық қасиеттер. Нетворкинг, салада кең байланыстардың болуы</p>
		<p>1. Поиск путей совершенствования продуктов и технологий.</p> <p>2. Разработка мер по внедрению</p>	<p>1.Теория, методы и инструменты в области маркетинговых составляющих</p>	



<p>использовать средства стимулирования сбыта;</p>		<p>инновационных товаров (услуг).  3. Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими.  4. Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг).  5. Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на казахстанский и международный рынки.  6. Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации.  7. Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов).  8. Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда.  9. Оценка стоимости брендов организаций.</p>	<p>инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).  2. Инструменты бренд-менеджмента.  3. Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.  4. Процедуры тестирования инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).  5. Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.  6. Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации.  7. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.</p>	
		<p>1. Ұйымдағы инновациялық өнімдерге баға саясатын әзірлеу. 2. Ұйымның инновациялық тауарларын (қызметтерін) сатуды ынталандыру жүйесін енгізу.  3. Баға саясатын жүргізу үшін құралдар мен байланыс арналарын әзірлеу.  4. Нарықтық бағалар мен тауарларға (қызметтерге) бәсекелестердің бағаларын салыстыру.  5. Тауарлардың (қызметтердің) бағалары бойынша маркетингтік зерттеулер жүргізу. Ұйымның баға саясатына аудит жүргізу.</p>	<p>1. Маркетингтік баға құралдары.  2. Қазақстан Республикасының заңнамасы, ұйымдардың бағалары мен баға саясатын реттейтін стандарттар.  3. Баға стратегияларын ескере отырып, тауарлар мен қызметтерді бөлу (тарату) және жылжыту жүйесін құру әдістері.</p>	

		<p>1. Разработка ценовой политики на инновационную продукцию в организации.</p> <p>2. Внедрение системы стимулирования продаж инновационных товаров (услуг) организации.</p> <p>3. Разработка средств и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования.</p> <p>4. Сравнение рыночных цен и цен конкурентов на товары (услуги).</p> <p>5. Проведение маркетинговых исследований по ценам на товары (услуги).</p> <p>Проведение аудита ценовой политики организации.</p>	<p>1. Инструменты маркетингового ценообразования.</p> <p>2. Законодательство Республики Казахстан, стандарты, регулирующие цены и ценовая политика организаций.</p> <p>3. Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг с учетом ценовых стратегий.</p>	
		<p>1. Ұйымның жеткізушілерімен, инвесторларымен және өзге серіктестерімен өзара іс-қимыл жасау үшін инновациялық өнімді бөлу (дистрибуциялау) құралдары мен арналарын қалыптастыру.</p> <p>2. Ұйымда инновациялық өнімді бөлудің (таратудың) кешенді жүйесін әзірлеу.</p> <p>3. Ұйымдағы инновациялық өнімді бөлу (дистрибуциялау) жүйесін жетілдіру.</p> <p>4. Тарату жүйесі бойынша үлкен деректерді, мәліметтер базасын және басқа ақпаратты талдау.</p> <p>5. Инновациялық өнімді тарату (тарату) арналарының нәтижелілігін бағалау.</p> <p>6. Инновациялық өнімді сатуды басқару.</p>	<p>1. Инновациялық өнімді тарату (тарату) және сату саласында маркетингтік зерттеулер жүргізу әдістері мен құралдары.</p> <p>2. Ұйымның инновациялық өнімдерін сату саясатын қалыптастыру әдістері мен құралдары.</p> <p>3. Қазақстан Республикасының заңнамасы және маркетингтік қызмет саласындағы халықаралық құқық, ұйымның өткізу қызметін реттейтін стандарттар.</p>	
		<p>1. Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) инновационной продукции для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации.</p> <p>2. Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции)</p>	<p>1. Методы и инструменты проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж инновационной продукции.</p> <p>2. Методы и инструменты формирования сбытовой</p>	

		<p>инновационной продукции в организации.</p> <p>3. Совершенствование системы распределения (дистрибуции) инновационной продукции в организации.</p> <p>4. Анализ больших данных, баз данных и иной информации по системе распределения.</p> <p>5. Оценка результативности каналов распределения (дистрибуции) инновационной продукции.</p> <p>6. Управление продажами инновационной продукции.</p>	<p>политики инновационной продукции организации.</p> <p>3. Законодательство Республики Казахстан и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты, регулирующие сбытовую деятельность организации.</p>	
--	--	---	---	--

**«7M04106- Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелерінің «Инновациялық өнімді сүйемелдеу» кәсіптік стандартымен арақатынасы**

**Соотнесение результатов обучения по образовательной программе «7M04106-Маркетинг» с Профессиональным стандартом «Сопровождение инновационного продукта»**

**КӘСІБИ КАРТА: «Инновациялық даму жөніндегі Менеджер», СБШ 7 деңгей – Магистратура**

**КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «Менеджер по инновационному развитию», 7 уровень ОРК – Магистратура**

ОН	КС еңбек функциялары/ Трудовые функции ПС	Біліктілік, дағдылар/ Умения, навыки	Білімдер/ Знания	Личностные и профессиональные компетенции (ПС)/ Жеке және кәсіби құзыреттіліктер (КС)
<p>ON3 инновациялық қызметті тәуекел-талдау құралдарын қолдану және оның барлық кезеңдерімен SWOT-талдау жүргізу арқылы сыртқы ортаны жақсарту үшін идеяларды, қол жеткізілген нәтижелер мен инновацияларды ілгерілетуге қабілетті/ON3 способен продвигать идеи, достигнутые результаты и инновации для улучшения внешней среды, применяя инструменты риск-анализа инновационной деятельности и проводя SWOT-анализ со всеми его</p>	<p>Еңбек функциясы 1 Инновациялық қызмет стратегиясының бөлімдерін әзірлеу және іске асыру, өмір бойы жедел басқару /Трудовая функция 1 Разработка и реализация разделов стратегии инновационной деятельности, оперативное управление на протяжении ЖЦ</p>	<p>1. Инновациялық жобаның орындалу барысы туралы ақпаратты талдау. 2. Сауалнама әдісін қолдану кезінде сараптамалық бағалауды өңдеу. 3. Жол картасын әзірлеу тәртібін жоспарлау. 4. Патенттік ландшафтты және өнімнің (технологияның) патенттік тазалығын талдау. 5. SWOT талдауын жүргізу. 6. PERT талдауын жүргізу.</p>	<p>1. Бенчмаркингтің теориясы, кезеңдері, әдістері, ерекшеліктері, оның ішінде технологиялық. 2. Зияткерлік меншік объектілерін бағалау әдістері мен құралдары. 3. Патенттік зерттеулер жүргізудің құрылымы, әдістері мен тәртібі. 4. Технологиялық аудит жүргізу теориясы, кезеңдері, құралдары.</p>	<p>Системное, стратегическое, инновационное, прогностическо-проактивное, позитивное мышление. Лидерские качества умение убеждать, умение говорить «нет», ораторское мастерство. Инициативность, решительность и уверенность в себе, ответственность Самостоятельность</p>

<p>этапами;</p>		<p>7. Инновациялық қызметті тәуекел-талдау құралдарын пайдалану. 8. Тәуекел жағдайларын модельдеу және инновациялық қызметтің тәуекелдерін бағалау. 9. Инновациялық қызметті жоспарлау тәжірибесінде теориялық тәсілдерді қолдану (stage-Gate модельдері, инновациялар шұңқырлары, Ашық инновациялар және т.б.).</p>	<p>5. Болжамдардың түрлері (Нормативтік, зерттеу, болжау, ашық болжамдар). 6. Жол картасы ұғымы, жол картасын қалыптастыру кезеңдері. 7. Сценарийді талдау әдістері, кезеңдері, құралдары. 8. Сараптамалық болжау әдістері (Дельфи әдісі, сауалнама әдістері, мифа шабуыл әдісі) 9. Корпоративтік стратегиялардың түрлері (өсу, тұрақтандыру, ұю стратегиялары). 10. ҒЗТҚЖ басқару моделі мен ерекшелігі. 11. Инновация шұңқырының моделі. 12. Ашық инновация моделі. 13. SWOT талдауы және оны жүргізу кезеңдері. 14. PERT талдауын жүргізудің теориясы, әдістері мен құралдары. 15. Конструкторлық, жоспарлы және есептік құжаттаманы әзірлеу және ресімдеу жөніндегі стандарттар, техникалық шарттар және басқа да басшылық материалдар. 16. Инновациялық қызмет тәуекелдерінің жіктелуі, оларды бағалау Құралдары.</p>	<p>принятия решений, стрессоустойчивость, коммуникабельность, эрудированность, креативность, энергичность, целеполагание и целеустремленность. Профессиональная коммуникация, клиенто-ориентированность, мастерство управления и разрешения конфликтов. Трудолюбие, усидчивость. Перманентное саморазвитие/ Жүйелік, стратегиялық, инновациялық, болжамдық-белсенді, позитивті ойлау. Көшбасшылық қасиеттерсендіру қабілеті, " жоқ " деп айту қабілеті, шешендік. Бастамашылық, шешімділік және өзіне деген сенімділік, жауапкершілік Шешім қабылдаудың дербестігі, стресске төзімділік, қарым-қатынас, эрудиция, шығармашылық, жігер, мақсат қою және берілгендік. Кәсіби коммуникация, клиентке</p>
-----------------	--	--	--	---

		<p>1. ТК қолдау жоспарларын іске асыру бойынша ақпаратты жинау, талдау және өңдеу.</p> <p>2. Инновациялық жобаның нақты барысы жоспарлы көрсеткіштерден ауытқыған жағдайда шаралар/алдын алу іс-қимылдарын дайындау. 3.Ішкі және сыртқы пайдалану үшін есепті құжаттарды дайындау.</p>	<p>1. Ғылым мен инновацияның статистикалық көрсеткіштерінің жүйесі.</p> <p>2. Операциялық басқару теориясы, әдістері, құралдары.</p> <p>3.ТТ жүргізу тиімділігінің көрсеткіштері, оның ішінде ұйымның ішкі регламенттерінде айқындалған.</p>	<p>бағдарлану, Жанжалдарды басқару және шешу шеберлігі. Еңбекқорлық, Табандылық. Тұрақты өзін-өзі дамыту.</p>
<p>ON3 инновациялық қызметті тәуекел-талдау құралдарын қолдану және оның барлық кезеңдерімен SWOT-талдау жүргізу арқылы сыртқы ортаны жақсарту үшін идеяларды, қол жеткізілген нәтижелер мен инновацияларды ілгерілетуге қабілетті/ON3 способен продвигать идеи, достигнутые результаты и инновации для улучшения внешней среды, применяя инструменты риск-анализа инновационной деятельности и проводя SWOT-анализ со всеми его этапами;</p> <p>ON4 зерттелетін саладағы проблемаларды анықтауға, жүйелі ойлау негізінде үнемді өндірістің элеуметтік жауапкершілігін ескере отырып, стратегияларды, әдістерді және оларды шешу жолдарын анықтауға қабілетті/ON4 способен выявлять проблемы в исследуемой области, определять стратегии,</p>	<p>Еңбек функциясы 2 өмір салтының маңызды нәтижелерін өңдеу /Трудовая функция 2 Обработка значимых результатов ЖЦ</p>	<p>1. Деректерді өңдеу, сақтау және беру құралдарымен жұмыс істеу</p> <p>2.Қол жеткізілген нәтижелерді өңдеудің аналитикалық әдістерін қолдану</p>	<p>1. Деректерді өңдеу, сақтау және берудің заманауи құралдарымен жұмыс істеу тәсілдері.</p> <p>2. Инновациялық өнімнің/қызметтердің параметрлерін өлшеу және сипаттамаларын бағалау (анықтау) әдістері.</p> <p>3. Инновациялық өнімдер/қызметтердің параметрлері мен сипаттамаларын өлшеу дәлдігін бағалау әдістері.</p> <p>4. Аналитикалық есептеулерді, есептеу және ресімдеу жұмыстарын орындау әдістері мен құралдары</p> <p>5.ТК бойы жұмыстар кешенін жүргізу нәтижелері бойынша хаттамалар мен есептерді жасауға қойылатын талаптар.</p>	

<p>способы и пути их решения с учетом социальной ответственности бережливого производства на основе системного мышления;</p>		<p>1. Работать со средствами обработки, хранения и передачи данных 2. Применять аналитические методы обработки достигнутых результатов</p>	<p>1. Способы работы с современными средствами обработки, хранения и передачи данных. 2. Методы измерения параметров и оценки (определения) характеристик инновационной продукции/услуг. 3. Методы оценки точности измерений параметров и характеристик инновационной продукции/услуг. 4. Методы и средства выполнения аналитических расчетов, вычислительных и оформительских работ 5. Требования к составлению протоколов и отчетов по результатам проведения комплекса работ на протяжении ЖЦ.</p>	
		<p>1. Ақпаратты талдау және есептерді қалыптастыру. 2. Құрылатын инновациялық өнімнің/қызметтердің параметрлерін анықтау. 3. Техникалық және нормативтік құжаттаманы пайдалану.</p>	<p>1 инновациялық өнімдерді / қызметтерді құруға қатысты стандарттар. 2 инновациялық өнімнің/қызметтердің сипаттамаларын анықтау (бағалау) әдістері. 3 инновациялық өнімнің/қызметтердің сипаттамаларын анықтаудың (бағалаудың) дәлдігін бағалау әдістері. 4 статистикалық деректерді өңдеу әдістері және ықтималдық теориясының негіздері. 5 аналитикалық есептеулерді, есептеу және ресімдеу жұмыстарын орындау әдістері мен құралдары. 6 инновациялық өнімдерді/қызметтерді құру</p>	

			нәтижелері бойынша хаттамалар мен есептерді жасауға қойылатын талаптар.	
--	--	--	---	--

**«7M04106- Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелерінің «Нарықтарды талдау саласындағы қызмет» кәсіптік стандартымен арақатынасы**

**Соотнесение результатов обучения по образовательной программе «7M04106-Маркетинг» с Профессиональным стандартом «Деятельность в сфере анализа рынков»**

**КӘСІБИ КАРТА: «Маркетинг қызметінің басшысы», СБШ 7 деңгей – Магистратура**

**КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «Руководитель службы маркетинга», 7 уровень ОРК – Магистратура**

ОН	КС еңбек функциялары/ Трудовые функции ПС	Біліктілік, дағдылар/ Умения, навыки	Білімдер/ Знания	Личностные и профессиональные компетенции (ПС)/ Жеке және кәсіби құзыреттіліктер (КС)
ON1 салалық және пәнаралық ұжымдарды басқару, корпоративтік менеджментті жүзеге асыру, өзін-өзі бақылауға және басқаларды бақылауға қабілетті, сондай-ақ жылдық мақсаттарды белгілеуге, оқытуды жүргізуге, бағыныштылардың жұмыс нәтижелерін ынталандыруға және бақылауға қабілетті екенін көрсету/ ON1 демонстрировать умением руководить отраслевыми и междисциплинарными коллективами, осуществлять корпоративный менеджмент, способен к самоконтролю и контролю других, а также устанавливать годовые цели, проводить обучение, мотивировать и контролировать результаты работы подчиненных;	Еңбек функциясы 1: Тиімді команда құру /Трудовая функция 1: Создание эффективной команды	1. Маркетинг қызметкерлерінің мүмкіндіктері мен әлеуетін анықтаңыз. 2. Қызметкерлердің жетіспейтін дағдылары мен дағдыларын анықтау, оларды игеруге кеңес беру және көмектесу, компания ішінде қажетті өсу/ дамуға қол жеткізу жоспарын құру және келісу. 3. Қызметкердің ең жақсы қасиеттері мен дағдыларын ескере отырып, компания ішіндегі тік және көлденең даму перспективаларын талқылау.	1. Ұйымды одан әрі дамыту және бос орындардың пайда болу перспективалары. 2. Өз бөлімінің мамандарының функциялары, олардың қабілеттері, білімдері, дағдылары мен қалаулары. 3. Маркетингтің негізгі теориялары. 4. Басқа бөлімдердің мақсаттары, функциялары мен міндеттері, олардың жұмыс ерекшеліктері және олармен кооперацияның мүмкін бағыттары.	Порядочность Целеустремленность Инновационность Новаторство Работа в команде Организаторские способности Коммуникабельность Ориентация на развитие Самообучаемость/ Әдептілік Міндеттеме Бастамашыл Жаңашылдық Командада жұмыс істеу
		1. Определять возможности и потенциал сотрудников службы маркетинга. 2. Определять недостающие умения и навыки работников, рекомендовать и помогать им их освоить, составлять и согласовывать с ними план достижения желаемого	1. Перспективы дальнейшего развития организации и появления вакантных мест. 2. Функции специалистов своего отдела, их способностей, знаний, навыков и предпочтений.	Ұйымдастырушылық қабілеттер Қарым-қатынас Дамуға бағдарлау Өзін-өзі оқыту

		<p>роста/ развития внутри компании.</p> <p>3. Обсуждать вертикальные и горизонтальные перспективы развития внутри компании, принимая во внимание лучшие качества и навыки сотрудника.</p>	<p>3. Основные теории маркетинга.</p> <p>4. Цели, функции и задачи других отделов, особенности их работы и возможных направлений кооперации с ними.</p>
<p>ON8 компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыруға, маркетингтік стратегияларды, өнім, баға, маркетинг және коммуникациялық саясатты маркетинг тәжірибесінде әзірлеуге және іске асыруға қабілетті/ON8 способен организовать маркетинговую деятельность компании, разрабатывать и реализовать маркетинговые стратегии, товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику в практике маркетинга;</p>	<p>Еңбек функциясы 2: Фирманың ішінде және сыртында маркетингтік қызметті құру және үйлестіру /Трудовая функция 2: Создание и согласование маркетинговой деятельности внутри и снаружи фирмы</p>	<p>1. Тәуекелдерді азайту.</p> <p>2. Нарықтың тез өзгеретін конъюктурасын ескере отырып, маркетингтік қызметкерлерінің алдына қойылған маркетингтік міндеттерді түзетуді жүргізу.</p> <p>3. Кәсіпорында тиімді маркетингтік қызметті жоспарлау үшін стратегиялық нұсқауларды қолданыңыз.</p> <p>4. Маркетинг қызметінің қызметкерлері пайдалана алатын құжаттардың, есептердің үлгілерін жасаңыз.</p> <p>5. Өз нұсқалары мен ұсыныстарының дұрыстығын негіздеу және дәлелдеу.</p> <p>6. Келіссөздер жүргізіп, консенсус табыңыз.</p>	<p>1. Маркетинг, еңбек қатынастары, сауда және қызмет көрсету саласындағы нормативтік, әдістемелік және басқа материалдар.</p> <p>2. Кәсіпорында тиімді маркетингтік саясатты жүзеге асыру кезеңдерін әзірлеу ерекшеліктері.</p> <p>3. Стратегиялық қолданылатын тәсілдер мен әдістер маркетинг.</p> <p>4. Іскерлік қарым-қатынас этикеті мен мәдениеті, кәсіпорында қабылданған корпоративтік мәдениеттің ерекшеліктері.</p>
		<p>1. Минимизировать риски.</p> <p>2. Производить коррекцию поставленных маркетинговых задач перед сотрудниками маркетинговой службы с учетом быстро меняющейся конъюктуры рынка.</p> <p>3. Использовать стратегические ориентиры, для планирования эффективной маркетинговой деятельности на предприятии.</p> <p>4. Создавать шаблоны документов, отчетов, которые могут быть использованы сотрудниками маркетинговой службы.</p> <p>5. Обосновывать и аргументировать состоятельность своих версий и предложений.</p> <p>6. Договариваться и находить</p>	<p>1. Нормативные, методические и другие материалы в области маркетинга, трудовых отношений, торговли и сферы услуг.</p> <p>2. Особенности разработки этапов реализации эффективной маркетинговой политики на предприятии.</p> <p>3. Подходы и методы, применяемые в стратегическом маркетинг.</p> <p>4. Этикет и культура делового общения, особенности корпоративной культуры, принятой на предприятии.</p>



		консенсус.	
<p>ON9 маркетингтік зерттеулер жүргізу, деректерді жинау және өңдеу, талдамалық есептерді дайындау дағдыларын меңгерген/ON9 владеет навыками проведения маркетинговых исследований, сбора и обработки данных, подготовки аналитических отчетов;</p> <p>ON11 қаржы ұйымдарының маркетингтік қызметін ұйымдастыруға, салалық ерекшелікті ескере отырып, қаржы қызметтері нарығында маркетингтік технологияларды қолдануға қабілетті/ON 11 способен организовать маркетинговую деятельность финансовых организаций, применять маркетинговые технологии на рынке финансовых услуг с учетом отраслевой специфики;</p>	<p>Еңбек функциясы 3: Процестер мен шығындарды бақылау және оңтайландыру /Трудовая функция 3: Мониторинг и оптимизация процессов и расходов</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шарттармен жұмыс істеу және компания басшылығы бекіткен тарифтерді түсіну.</li> <li>2. Маркетингтік бюджет тұрғысынан шығыстардың баптарын талдау.</li> <li>3. Үлкен шығындардың себептерін анықтаңыз және оларды бақылау және реттеу тәсілдерін табыңыз.</li> <li>4. Бухгалтерлік есеп үшін төлем шоттарын үнемі тексеріп, рәсімдеңіз.</li> <li>5. Клиенттермен қарым-қатынас жасау және олардың наразылығының себептерін анықтау.</li> <li>6. Ұжым ішіндегі өз әрекеттері/ әрекетсіздіктері үшін жауапкершілікті ояту.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MS Excel құралдары жоғары деңгейде.</li> <li>2. Маркетингтің тиімділік көрсеткіштері (KPI) және оларды есептеу формулалары.</li> <li>3. Қаржылық талдау, бухгалтерлік есеп, аудит және шығындарды басқару негіздері.</li> <li>4. Нормативтік құжаттарды ресімдеу түрлері мен ережелері.</li> <li>5. Компанияның маркетингтік бюджетін құру ерекшеліктері.</li> </ol>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Работать с договорами и разбираться в тарифах, утвержденных руководством компании.</li> <li>2. Анализировать статьи расходов в разрезе маркетингового бюджета.</li> <li>3. Выявлять причины больших затрат и находить способы контроля по ним и регулирования.</li> <li>4. Регулярно проверять и оформлять счета на оплату для бухгалтерии.</li> <li>5. Общаться с клиентами и выявлять причины их недовольства.</li> <li>6. Прививать ответственность за свои действия/ бездействия внутри коллектива.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инструменты MS Excel на продвинутом уровне.</li> <li>2. Показатели эффективности маркетинга (KPI) и формул их расчета.</li> <li>3. Основы финансового анализа, бухгалтерского учета, аудита и управления расходами.</li> <li>4. Виды и правила оформления нормативных документов.</li> <li>5. Особенности составления маркетингового бюджета компании.</li> </ol>
<p>ON12 тиімді сатудың, сауда тұсаукесерлерін өткізудің, мерчандайзинг құралдарын сату және қолдану процесінде келіссөздер жүргізудің әдістері мен әдістерін меңгерген/ON12 владеет техниками и методами эффективных продаж,</p>	<p>Еңбек функциясы 4: Кәсіпорынның стратегиялық шешімдерін қабылдауға қатысу /Трудовая функция 4: Участие в принятии стратегических решений предприятия</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг қызметінің тиімділігі туралы тұрақты, әдетте ай сайынғы есептілікті жоғары тұрған басшылыққа және жалпы менеджментке түсініктемелермен және ұсыныстармен қамтамасыз ету.</li> <li>2. Жағдайды талдау және идеяларды</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг-менеджмент негіздері.</li> <li>2. Стратегиялық жоспарлау және жобалық Маркетинг негіздері.</li> <li>3. Қарым-қатынас этикеті және мәдениеті.</li> </ol>

<p>проведения торговых презентаций, ведения переговоров в процессе продажи и применения инструментов мерчандайзинга.</p>	<p>қалыптастыру, тұжырымдау және дұрыс сұрақтар қою.</p> <p>3. Менеджмент кеңестеріне белсенді қатысу және өз нұсқалары мен ұсыныстарының дұрыстығын дәлелдеу, келіссөздер жүргізу және консенсус табу.</p>	<p>4. Корпоративтік мәдениет және этика.</p>
	<p>1. Предоставлять регулярную, как правило ежемесячную, отчетность об эффективности деятельности службы маркетинга с комментариями и предложениями вышестоящему руководству и менеджменту в целом.</p> <p>2. Анализировать ситуацию и генерировать идеи, формулировать и задавать правильные вопросы.</p> <p>3. Активно участвовать в совещаниях менеджмента и доказывать состоятельность своих версий и предложений, договариваться и находить консенсус.</p>	<p>1. Основы маркетинг-менеджмента.</p> <p>2. Основы стратегического планирования и проектного маркетинга.</p> <p>3. Этикет и культура общения.</p> <p>4. Корпоративная культура и этика.</p>

## Білім беру бағдарласының мазмұны/Содержание образовательной программы/ Content of the educational program

Модульдің атауы/ Название модуля/ Module name	Модуль бойынша ОН/ РО по модулю/ Module learning outcomes	Компонент цикілі (МК, ЖОО, ТК)/Цикл, компонент (ОК, ВК, КВ)/ Cycle, component (ОК, VK, KV)	Пәндер коды /Код дисциплины/ The code disciplines	Пәннің /тәжірибенің атауы/ Наименование дисциплины /практики/ Name disciplines / practices	Пәннің қысқаша мазмұны/ Краткое описание дисциплины / Brief description of the discipline	Кредиттер саны/ Кол-во кредитов/ Number of credits	Семестр/ Semester	Қалыптасатын компетенциялар (кодтары) /Формируемые компетенции (коды)/ Formed competencies (codes)
Жалпы кәсіби пәндер/ Общие профессиональные дисциплины/ General professional disciplines	<p><b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON2, ON 3, ON4, ON 5, ON 6, ON 7, ON10,ON12</p> <p><b>/ После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON2, ON 3, ON4, ON 5, ON 6, ON 7, ON10,ON12</p> <p><b>/ Upon successful completion of the module, the student will:</b> ON2, ON 3, ON4, ON 5, ON 6, ON 7, ON10,ON12</p>	БП ЖООК БД ВК BD UC	GTF/ IFN / HPhS 201	Ғылым тарихы мен философиясы	Пән арнайы философиялық талдаудың пәні ретінде Ғылым феноменінің мәселелерін қарастырады, ғылымның тарихы мен теориясы, ғылымның даму заңдылықтары және ғылыми білімнің құрылымы, ғылым мамандық және әлеуметтік институт ретінде, ғылыми зерттеулерді жүргізу әдістері, ғылымның қоғам дамуындағы рөлі туралы білімді қалыптастырады	3	1	ON 3, ON5
				История и философия науки	Дисциплина вводит в проблематику феномена науки как предмета специального философского анализа, формирует знания об истории и теории науки, о закономерностях развития науки и структуре научного знания, о науке как профессии и социальном институте, о методах ведения научных исследований, о роли науки в развитии общества			
				History and Philosophy of science	The discipline introduces the problems of the phenomenon of science as a subject of special philosophical analysis, forms knowledge about the history and theory of			

					science, about the laws of the development of science and the structure of scientific knowledge, about science as a profession and social institution, about the methods of conducting scientific research, about the role of science in the development of society			
		БП ЖООК БД ВК BD UC	ShT/ IYa/ FL 202	Шет тілі (кәсіби)	Осы пәнді оқу кезінде магистранттар зерттелетін лексикалық және грамматикалық тақырыптар шегінде шет тілінде ауызша және жазбаша қарым-қатынас жасау дағдыларын меңгереді. Кәсіби қызмет саласында арнайы және ғылыми әдебиеттерді түсіну дағдыларын дамытуға көп көңіл бөлінеді.	5	1	ON2, ON3
				Иностранный язык (профессиональный)	При изучении данной дисциплины магистранты овладевают навыками устного и письменного общения на иностранном языке в пределах изучаемых лексических и грамматических тем. Большое внимание уделяется развитию навыков понимания специальной и научной литературы в сфере профессиональной деятельности.			
				Foreign Language (professional)	When studying this discipline, undergraduates master the skills of oral and written communication in a foreign language within the studied lexical and grammatical topics. Much attention is paid to the development of skills of understanding special and scientific literature in the field of professional activity.			
		БП ЖООК БД ВК BD UC	ZhMP/ PVSh /PVE	Жоғары мектептің педагогикасы	Пән жоғары мектеп педагогикасының әдіснамалық және теориялық-тұжырымдамалық негіздерін білуді	4	1	ON 4, ON 5, ON 6,

			203		<p>қалыптастыруға, білім алушылардың академиялық және кәсіби құзыреттіліктерінің талап етілетін деңгейін қамтамасыз ету дағдыларына ие оқытушыны даярлауға, білім алушылардың зерттеу дағдыларын дамытуға, оқытудың заманауи және инновациялық (оның ішінде цифрлық) технологияларын, оқу процесін ұйымдастырудың әдістері мен нысандарын қолдана білуге, білім алушылардың әлеуметтік білім алушылардың құндылықтарын, сондай-ақ командада жұмыс істей білу және академиялық ортада коммуникациялар құруға бағытталған.</p>			ON 7, ON 12
				Педагогика высшей школы	<p>Дисциплина направлена на формирование знаний методологических и теоретико-концептуальных основ педагогики высшей школы, на подготовку преподавателя, обладающего навыками обеспечения требуемого уровня академических и профессиональных компетенций обучающихся, развития исследовательских навыков у обучающихся, умением применять современные и инновационные (в том числе цифровые) технологии обучения, методы и формы организации учебного процесса, умением продвижения социальных ценностей обучающихся, а также умения работать в команде и построения коммуникаций в академической среде.</p>			
				Higher education pedagogy	<p>The course is aimed at developing knowledge of the methodological and</p>			

					theoretical and conceptual foundations of higher school pedagogy, training a teacher with the skills to ensure the required level of academic and professional competencies of students, developing research skills among students, the ability to apply modern and innovative (including digital) learning technologies, methods and forms of organizing the educational process, the ability to promote social the values of students, as well as the ability to work in a team and build communication in an academic environment.			
		БП ЖООК БД ВК ВД UC	ВР/ РУ/ РМ 204	Басқару психологиясы	Пән басқару психологиясының теориялық және әдіснамалық негіздерін, негізгі психологиялық білім мен адамдарды басқару мен басқарудағы практикалық дағдыларды игеруге бағытталған. Пәнді игеру нәтижесінде магистранттар басқарушылық қызметтің психологиялық жағдайлары мен ерекшеліктерін талдай алады, басқарушылық жүйелердегі өзгерістерді диагностикалай және болжай алады, басқарушылық кеңес беру сценарийлерін жасай алады. Басқару психологиясын білу және түсіну магистранттарға қоршаған адамдармен қарым-қатынас жасау және қарым-қатынас құру дағдыларын игеруге, білім беру ортасы мен оқу орнының ұйымдастырушылық мәдениетін қолдауға және дамытуға мүмкіндік береді.	4	1	ON10, ON12
				Психология управления	Дисциплина нацелена на освоение теоретико-методологических основ психологии управления, базовых			

					<p>психологических знаний и практических умений в управлении и руководстве людьми. В результате освоения дисциплины магистранты смогут анализировать психологические условия и особенности управленческой деятельности, диагностировать и прогнозировать изменения в управленческих системах, разрабатывать сценарии управленческого консультирования. Знание и понимание психологии управления позволит магистрантам овладеть навыками взаимодействия и выстраивания коммуникаций с окружающими людьми, поддерживать и развивать образовательную среду и организационную культуру образовательного учреждения.</p>			
				Psychology of management	<p>The course is aimed at mastering the theoretical and methodological foundations of management psychology, basic psychological knowledge and practical skills in managing and guiding people. As a result of mastering the discipline, undergraduates will be able to analyze psychological conditions and features of management activities, diagnose and predict changes in management systems, and develop scenarios for management consulting. Knowledge and understanding of management psychology will allow undergraduates to master the skills of interaction and building communications with other people, to maintain and develop the educational environment and organizational culture of an educational</p>			

					institution.			
Маркетингтік басқару / Маркетингтік басқару / Маркетингтік басқару / Маркетингтік басқару / Marketing Management	<p><b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON 6, ON 7, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11, ON 12</p> <p><b>/ После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON 6, ON 7, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11, ON 12</p> <p><b>/ Upon successful completion of the module, the student will:</b> ON 6, ON 7, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11, ON 12</p>	БП ТК/ БД КВ/ BD EC/	KM/ SM/ MM 206	Қазіргі менеджмент	Пән логикалық реттілікте микродеңгейде басқарудың ғылыми, әлеуметтік экономикалық және психологиялық аспектілерін қарастырады. Бұл пән басқару туралы білім кешенін қалыптастырады, басқару мазмұнын ашады, басқару қызметінің түрлі түрлерін жүзеге асырудың, басқару және жобалау жүйелерін талдаудың, өзгерістерді басқарудың, HR – тәуекелдердің нақты дағдыларын қалыптастырады.	5	1	ON8, ON9, ON10,
				Современный менеджмент	Дисциплина в логической последовательности рассматривает научные, социально-экономические и психологические аспекты управления на микроуровне. Данная дисциплина формирует комплекс знаний об управлении, раскрывает содержание управления, вырабатывает конкретные навыки осуществления различных видов управленческой деятельности, анализа систем управления и проектирования, управление изменениями, HR - риски.			
				Modern management	The discipline considers the scientific, socio-economic and psychological aspects of micro level management in a logical sequence. This discipline forms a complex of knowledge about management, reveals the content of management, develops specific skills for various types of management activities, analysis of management systems and design, change management, HR risks.			
		UBK/	Ұйымдағы	Курс нарық жағдайында ұйымды				ON6,



			RLO/ MLO 206	басшылық және көшбасшылық	басқарудың тиімділігін арттыру мақсатында жетекшілік пен көшбасшылықтың теориялық және әдістемелік мәселелерін ашады, топтық дисциплина процестері және ұйымда басқару шешімдерін қабылдау жүйесінде командаларды қалыптастыру принциптері туралы білім кешенін қалыптастырады			ON7, ON8,
				Руководство и лидерство в организации	Курс раскрывает теоретические и методические вопросы лидерства и руководства с целью повышения эффективности управления организацией в условиях рынка, формирует комплекс знаний о процессах групповой динамики и принципах формирования команд в системе принятия управленческих решений в организации			
				Management and leadership in the Organization	The course covers theoretical and methodological issues of leadership and management in order to improve the effectiveness of organization management in the market, forms a set of knowledge about the processes of group dynamics and the principles of team formation in the system of managerial decision-making in the organization.			
			ККТ/ ІКҮа/ ІКЛ 206	Қарқынды қазақ тілі	Пәнді игеру нәтижесінде магистранттар Qaztest жүйесіндегі тыңдалым, лексика-грамматикалық тест, оқылым, жазылым дағдыларын және қазақ тілінің фонетикасын, лексикасын, морфологиясын, синтаксисін меңгереді. Көркем мәтіннен жазушының көзқарасын, жеке пікірін анықтай алады, негізгі ақпаратты ажырата			ON7, ON10, ON12

					алады, оқиға мен нақты логиканы байланыстырады, белгілі бір сипаттары бойынша ақпаратты топтастырады, атауы бойынша мәтіннің мазмұнын болжай алады.			
				Интенсивный казахский язык	В результате освоения дисциплины магистранты овладеют фонетикой, лексикой, морфологией, синтаксисом казахского языка, навыками аудирования, лексико-грамматического теста, чтения, письма системы Qaztest. Будут уметь определять личное мнение, суждение автора в художественном тексте, отличать основную информацию, связывать событие и фактическую логику, группировать информацию по определенным описаниям, прогнозировать содержание текста по названию.			
				Intense Kazakh language	During the course students will master phonetics, vocabulary, morphology and syntax of the Kazakh language, will get prepared for listening, reading, writing, lexical and grammatical tests according to the Qaztest format. They will be able to determine personal opinion of an author in fiction, distinguish main information, to connect events with factual logic, to group information according to certain descriptions, to predict the content of texts by their title.			
		КП ЖООК/ ПД ВК/ PD UC	ТМ/ РМ/ РМ 301	Тәжірибелік маркетинг	Іскерлік этика канондарын сақтау негізінде тиімді экономикалық және басқарушылық маркетингтік шешімдер қабылдау үшін құзыретке ие болу дағдыларын қалыптастырады; маркетингтік зерттеулер нәтижелері	5	1	ON10, ON11

					және шаруашылық жүргізуші субъектінің ішкі ақпараты негізінде өндіріс және өткізу көлемінің болжамдарын есептеуді үйрену			
				Практический маркетинг	Формирует навыки обладания компетенцией для принятия эффективных экономических и управленческих маркетинговых решений на основе соблюдения канонов деловой этики; рассчитывать прогнозы объемов производства и сбыта на основе результатов маркетинговых исследований и внутренней информации хозяйствующего субъекта			
				Practical marketing	Develops the skills of having the competence to make effective economic and managerial marketing decisions based on compliance with the canons of business ethics; calculate forecasts of production and sales volumes based on the results of marketing research and internal information of the business entity			
Маркетингтік шешімдерді аналитикалық және коммуникациялық қамтамасыз ету / Аналитическое и коммуникационное обеспечен	<b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON1, ON3, ON4, ON5, ON6, ON 9, ON 10, ON 11  / <b>После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON1, ON3, ON4, ON5, ON6, ON 9, ON 10, ON 11  / <b>Upon successful completion of the module, the student will:</b> ON1, ON3, ON4, ON5, ON6, ON 9, ON 10, ON 11	КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	ZMTIT / IP SMA / I AMM A 303	Заманауи маркетингтік талдаудың инновациялық тәсілдері	"Заманауи маркетингтік талдаудың инновациялық тәсілдері" пәні әдетте заманауи маркетингте қолданылатын деректерді талдаудың озық әдістері мен технологияларын қамтиды. Бұл пән бойынша магистранттар әдетте трендтерді анықтау, тұтынушылардың мінез-құлқын түсіну, сұранысты болжау және стратегиялық маркетингтік шешімдер қабылдау үшін үлкен деректерді пайдалану, Машиналық оқыту, жасанды интеллект, мәтінді талдау және әлеуметтік медиа сияқты аналитиканың әртүрлі аспектілерін зерттейді.	5	2	ON8, ON9, ON10, ON12

ие маркетин говых решений/ Analytical and communication support for				Инновационные подходы к современному маркетинговому анализу	Дисциплина "Инновационные подходы к современному маркетинговому анализу" обычно охватывает передовые методы и технологии анализа данных, которые применяются в современном маркетинге. В рамках этой дисциплины магистранты обычно изучают различные аспекты аналитики, такие как использование больших данных, машинное обучение, искусственный интеллект, анализ текста и социальных медиа для выявления трендов, понимания поведения потребителей, прогнозирования спроса и принятия стратегических маркетинговых решений.			
				Innovative Approaches to Modern Marketing Analysis	The discipline "Innovative Approaches to Modern Marketing Analysis" usually covers advanced data analysis methods and technologies that are used in modern marketing. Within this discipline, undergraduates usually study various aspects of analytics, such as the use of big data, machine learning, artificial intelligence, text analysis and social media to identify trends, understand consumer behavior, predict demand and make strategic marketing decisions.			
				KIB/ GB/ HB 303	Қонақүй бизнесі			Пән қаржылық-шаруашылық қызметті басқару, қонақ үй қызметкерлерінің жұмысын үйлестіру, қызметкерлерді іріктеу және оқыту, сонымен қатар қонақ үйдің барлық қызметкерлерінің үйлесімді жұмысына қол жеткізу және қонақтарға қызмет көрсетудің жоғары сапасы дағдыларын қалыптастырады.
					Гостиничный			Дисциплина формирует навыки

ON6,  
ON9,  
ON11

				бизнес	руководить финансово-хозяйственной деятельностью, координировать работу персонала гостиницы, в подборе и обучении персонала, а также в достижении слаженности работы всех сотрудников гостиницы и высокого качества обслуживания гостей.			
				Hotel business	The discipline forms the skills to manage financial and economic activities, coordinate the work of the hotel staff, in the selection and training of staff, as well as in achieving the coherence of the work of all hotel employees and the high quality of guest service.			
		КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	MMZT/ STMI/ MTMR 304	Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары	Пән әлеуметтік зерттеудің бір түрі ретінде маркетингтік зерттеулер әдіснамасы мен әдістемесі туралы білімін іске асыруға неізделген маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдыларын қалыптастырады	5	2	ON3, ON4, ON9, ON11
				Современные технологии маркетинговых исследований	Дисциплина формирует формирует навыки проведения маркетинговых исследований, основанные на реализации знаний о методологии и методике социологического исследования, разновидностью которых являются маркетинговые исследования			
				Modern technologies of marketing research	Develops the skills of conducting marketing research based on the implementation of knowledge about the methodology and methodology of sociological research, a type of which is marketing research			
			ТІМКТ / ТІРР / ТІСВ	Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлқы	Пән іскерлік келіссөздерді сәтті жүргізу үшін тұтынушылардың иррационалды мінез-құлқын түсіндіру үшін			ON1, ON5, ON9,

			304	теориясы	құндылықтар жүйесін қолдану дағдыларды қалыптастырады			ON11
				Теория иррациональн го поведения потребителей	Формирует умения при применении системы ценностей для объяснения иррационального поведения потребителей, чтобы успешно вести деловые переговоры			
				Theory of irrational consumer behavior	Develops skills in applying a value system to explain irrational consumer behavior in order to successfully conduct business negotiations			
Саудалық маркетингі ұйымдастыру / Организация торгового маркетинга/Organiz ation of trade marketing	<p><b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON5, ON 6, ON 8, ON9, ON 10, ON 11</p> <p><b>После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON5, ON 6, ON 8, ON9, ON 10, ON 11</p> <p><b>/ Upon successful completion of the module, the student will:</b> ON5, ON 6, ON 8, ON9, ON 10, ON 11</p>	КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	TM/ TM/ TM 306	Trade менеджмент	Пән сауда кәсіпорындарының тауарларын сатып алу және сату процестерін жоспарлау және ұйымдастыру дағдыларын; оның сауда қызметінің түрін және орындалатын коммерциялық операциялардың сипатын ескере отырып, кәсіпорынның тауарлық ассортиментін қалыптастыру дағдыларын; тауар қозғалысының әртүрлі кезеңдерінде сауда процестерін ұтымды ұйымдастыру дағдыларын; коммерциялық кәсіпорындардың кадрлық, материалдық және қаржылық ресурстарының жай-күйін талдау және бағалауды; шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызметін бақылау дағдыларын меңгеру қабілетін қалыптастырады	5	3	ON 7, ON 8, ON9
				Trade менеджмент	Дисциплина формирует способность владеть навыками планирования и организации процессов закупки и продаж товаров предприятий торговли; навыками формирования товарного ассортимента предприятия с учетом вида его торговой деятельности и характера выполняемых коммерческих			

					операций; навыками рациональной организации торговых процессов на различных этапах товаро движения; анализ и оценки состояния кадровых, материальных и финансовых ресурсов коммерческих предприятий; навыками контроля за деятельностью хозяйствующих субъектов.			
				Trade management	The discipline forms the ability to master the skills of planning and organizing the processes of purchasing and selling goods of trade enterprises; the skills of forming the product range of the enterprise, taking into account the type of its trading activities and the nature of the commercial operations performed; the skills of rational organization of trade processes at various stages of commodity movement; analysis and assessment of the state of personnel, material and financial resources of commercial enterprises; the skills of monitoring the activities of economic entities			
			TM/ TM/ TM 306	Trade маркетинг	Теңгерімді басқару шешімдерін дайындау мақсатында компаниялардың функционалдык стратегиялары арасындағы өзара байланысты талдау қабілетін қалыптастырады			ON 5, ON 7, ON 8, ON 9
				Trade маркетинг	Формирует способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений			
				Trade marketing	Develops the ability to analyze the relationships between the functional strategies of companies in order to prepare balanced management decisions			

		КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	ВБК/ КВ/ BC 306	Бизнестің бәсекеге қабілеттілігі	Пән бизнестің бәсекеге қабілеттілігінің негізгі теориялық ұғымдарын тұжырымдайды, бәсекелестіктің нысандары мен түрлерін жіктейді; бәсекелестер туралы ақпарат жинау, бизнестің бәсекеге қабілеттілігін талдау, нәтижелерді түсіндіру, сондай-ақ бәсекелестікті жүргізу және бәсекелестердің маркетингтік талдауын жүргізу дағдыларын қалыптастырады	5	3	ON 5, ON 8, ON 9, ON 10 ON 11
				Конкурентоспособность бизнеса	Дисциплина формулирует основные теоретические понятия конкурентоспособности бизнеса, классифицирует формы и виды конкуренции; формирует навыки сбора информации о конкурентах, анализировать конкурентоспособности бизнеса, интерпретировать результаты, а также, ведения конкурентной борьбы и проведение маркетингового анализа конкурентов			
				Business competitiveness	The discipline formulates the basic theoretical concepts of business competitiveness, classifies the forms and types of competition; develops the skills of collecting information about competitors, analyzing business competitiveness, interpreting results, as well as conducting competitive struggle and providing marketing analysis of competitors			
		ВМ/ ВМ/ ВМ 307	Брэнд-маркетинг	Пән брендтерді құру және басқару дағдыларын қалыптастырады, бұл бәсекеге қабілетті және қорғауға қабілетті брендтерді дамытуға, олардың орналасуы мен имджін анықтауға, компанияның маркетингтік стратегияларын ескере отырып,	ON 6, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11			



					олардың дамуын басқаруға көмектеседі		
				Брэнд-маркетинг	Дисциплина формирует навыки по созданию и управлению брендами, которые помогут разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы		
				Brand marketing	The discipline forms the skills for creating and managing brands, which will help to develop competitive and protective brands, determine their positioning and image, and manage their development taking into account the marketing strategies of the company		
		ТОZh/ РТР/ РТР 307	Туристік өнімді жылжыту	Пәнді меңгеру мақсаты – магистранттарды туристік компанияда туристік өнімді құру және жылжыту принциптерімен, функционалдық міндеттерімен және стратегияларымен таныстыру, сонымен қатар магистранттарды туристік өнімді жылжыту үшін маркетингтік технологияларды қолдану бойынша нақты шешімдер қабылдауға үйрету.			ON 5, ON 7, ON 9, ON 10 ON 11
			Продвижение туристического продукта	Целью освоения дисциплины является ознакомление магистрантов с принципами, функциональными задачами и стратегиями создания и продвижения турпродукта на туристкой фирме, а так же в обучении магистрантов принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий для продвижения турпродукта			

			Promotion of a tourist product	The purpose of mastering the discipline is to familiarize undergraduates with the principles, functional tasks and strategies for creating and promoting a tourist product in a travel company, as well as teaching undergraduates to make specific decisions on the use of marketing technologies to promote a tourist product			
КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	ShZh/ KR/ CA308	Шығармашылық жарнама	Пән ұжымдық және жеке шығармашылық үдерісте идеяларды құру әдістері мен креативті іздеу құралдарын пайдалану, жарнамалық идеялар мен стандартты емес шешімдерді әзірлеу дағдыларын қалыптастырады	4	3	ON 5, ON 8, ON 9, ON 10 ON 11	
		Креативная реклама	Формирует навыки использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личного творческого процесса, выработки рекламных идей и нестандартных решений				
		Creative advertising	Develops skills in using methods of generating ideas and means of creative search in the process of collective and personal creative process, developing advertising ideas and non-standard solutions				
	KZhB/ SRB/ MAB 308	Қазіргі жарнамалық бизнес	Пән аясында магистранттар жарнама кәсіпорны қызметінің тиімділігін арттыру және жарнама нарығындағы стратегиялық мақсаттарға қол жеткізу үшін заманауи басқару технологияларын үйренеді; сонымен қатар жарнама кәсіпорнының коммерциялық табысына қол жеткізу үшін бүйірлік бизнес-ойлау дағдыларын			ON 5, ON 8, ON 9, ON 10 ON 11	

					игеріп, тапсырыс берушілерді тарту және ұстап қалу технологияларын меңгереді			
				Современный рекламный бизнес	В рамках дисциплины магистранты изучат современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия и достижению стратегических целей на рекламном рынке; также овладеть навыками латерального бизнес-мышления для достижения коммерческого успеха рекламного предприятия и освоить технологии привлечения и удержания заказчиков			
				Modern advertising business	Within the framework of the discipline, undergraduates will study modern management technologies to improve the efficiency of an advertising enterprise and achieve strategic goals in the advertising market; also master the skills of lateral business thinking to achieve commercial success of an advertising enterprise and master the technologies of attracting and retaining customers			
Сауда қызметін стратегиялық басқару / Стратегическое управление торговой деятельностью/Strat	<b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON 2, ON3, ON 4, ON6, ON8, ON 9, ON 11  / <b>После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON 2, ON3, ON 4, ON6, ON8, ON 9, ON 11  / <b>Upon successful completion of</b>	КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	MS/ MS/ MS 305	Маркетингтік стратегиялар	Курс магистранттарда ғылыми тұжырымдамаларға негізделген маркетингтегі стратегиялық шешімдерге кешенді көзқарас қалыптастыруға; стратегиялық маркетингтік жоспарларды әзірлеу, оларды іске асыру жөніндегі іс-шараларды жобалау және осы іс-әрекеттердің компания құнына әсерін бағалау дағдыларын алуға; компанияның бәсекелестік артықшылығының негізгі элементі	5	2	ON 4, ON 6, ON 8, ON 9

egic managem nt of trading activities	the module, the student will: ON 2, ON3, ON 4, ON6, ON8, ON 9, ON 11				ретінде клиентке бағдарлану түсінігін қалыптастыруға бағытталған. Курс магистрлерге компанияның маркетинг кешенін, тұтынушылармен және бәсекелестермен өзара әрекеттесу жүйесін талдау және әзірлеу бойынша құзыреттерді алуға арналған.			
		Маркетинговые стратегии	Курс направлен на создание у магистрантов комплексного подхода к стратегическим решениям в маркетинге, основанным на научных концепциях; получение навыков разработки стратегических маркетинговых планов, проектирования мероприятий по их реализации и оценки влияния этих действий на стоимость компании; формирование понимания клиентоориентированности как ключевого элемента конкурентного преимущества компании. Курс разработан для получения магистрами компетенций по анализу и разработке комплекса маркетинга компании, системы взаимодействий с потребителями и конкурентами.					
		Marketing strategies	The course is aimed at creating an integrated approach for undergraduates to strategic decisions in marketing based on scientific concepts; gaining skills in developing strategic marketing plans, designing measures for their implementation and assessing the impact of these actions on the company's value; forming an understanding of customer orientation as a key element of a company's competitive advantage. The course is designed to provide masters with					

					competencies in the analysis and development of a company's marketing mix, a system of interactions with consumers and competitors.			
			BM/ BM/ BM 305	Бренд - менеджмент	Пәнді оқу бренд-менеджмент саласындағы маркетингтердің кәсіби дайындығының өсуіне ықпал етеді. Бұл курс мынадай бағыттарды зерделеуді қамтиды: брендті заманауи түсіну; бренд менеджментін құру және дамыту; стратегиялық бренд-менеджмент; брендтер портфелін басқару және дамыту; бренд-коммуникация; брендті капиталдандыру, аудит және бағалау; жаһандық бренд-менеджмент			ON 5, ON 8, ON 9, ON 10 ON 11
				Бренд - менеджмент	Изучение дисциплины способствует росту профессиональной подготовленности маркетологов в области бренд-менеджмента. Данный курс включает в себя изучение следующих вопросов: современное понимание бренда возникновение и развитие бренд-менеджмента; стратегический бренд-менеджмент; управление и развитие портфеля брендов; бренд-коммуникации; капитализация, аудит и оценка бренда; глобальный бренд-менеджмент.			
				Brand Management	The study of the discipline contributes to the growth of professional training of marketers in the field of brand management. This course includes the following topics: modern understanding of the brand; the emergence and development of brand management; strategic brand management; brand portfolio management and development; brand communications;			

					brand capitalization, audit and evaluation; global brand management.			
		КП ТК/ ПД КВ/ PD EC	НМ/ ММ/ IM 309	Халықаралық маркетинг	Бұл пән магистранттарда халықаралық нарықтарды жүргізуді дамытуға және олардың әлемдік тауар нарықтарындағы шиеленіскен бәсекелестік жағдайында кәсіпорынның сыртқы экономикалық қызметінде маркетингтік құралдарды креативті пайдалану дағдыларын игеруге бағытталған. Курста әлемдік экономиканың жаһандануы жағдайында маркетингті ұйымдастырудың жалпыланған теориялық және әдістемелік материалдары бар. Халықаралық маркетингтік ортаның ерекшеліктері, сыртқы нарықтарға ену стратегиялары, халықаралық нарықтардағы маркетинг кешенінің ерекшелігі және оның елдің ішкі нарығына әсері қарастырылады	5	3	ON 3, ON 8, ON 9
				Международный маркетинг	Данная дисциплина нацелена на развитие у магистрантов видения международных рынков и приобретение ими навыков креативного использования маркетинговых инструментов во внешнеэкономической деятельности предприятия в условиях обостряющейся конкуренции на мировых товарных рынках. Курс содержит обобщенный теоретический и методический материал по организации маркетинга в условиях глобализации мировой экономики. Рассматриваются особенности международной маркетинговой среды, стратегии проникновения на зарубежные рынки, специфика комплекса маркетинга на			

					международных рынках, и его влияния на внутренний рынок страны.		
				International marketing	This discipline is aimed at developing undergraduates in the conduct of international markets and their acquisition of skills in the creative use of marketing tools in the foreign economic activity of the enterprise in the conditions of increasing competition in the world commodity markets. The course contains generalized theoretical and methodological material on the organization of marketing in the conditions of globalization of the world economy. The features of the international marketing environment, strategies for penetration into foreign markets, the specifics of the marketing complex in international markets, and its impact on the domestic market of the country are considered.		
			КМ/ КМ/ СМ 309	Коммуникациял ық менеджмент	Пән әр түрлі қызмет салаларындағы стратегиялық және тактикалық міндеттерді шешу мақсатында адамдардың ақпараттық өзара әрекеттесу ағындарын ғылыми басқару ретінде коммуникациялық менеджменттің тұжырымдамалық негіздері туралы жүйелі білімді қалыптастырады		ON 2, ON 5, ON 9, ON 10 ON 11
				Коммуникацион ный менеджмент	Дисциплина формирует системные знания о концептуальных основах коммуникационного менеджмента как научного управления потоками информационного взаимодействия людей, с целью решения стратегических и тактических задач в различных сферах деятельности.		

				Communications management	The discipline forms systematic knowledge about the conceptual foundations of communication management as a scientific management of the flows of information interaction of people, in order to solve strategic and tactical tasks in various fields of activity			
<b>Вариативтік пәндер/Вариативные дисциплины</b>								
Маркетингтік қызметті жобалау/Проектирование маркетинговой деятельности/Designing marketing activities	<p><b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON 2, ON 3, ON4, ON 5, ON 6, ON 7, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11, ON 12</p> <p><b>/ После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON 2, ON 3, ON4, ON 5, ON 6, ON 7, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11, ON 12</p> <p><b>/ Upon successful completion of the module, the student will:</b> ON 2, ON 3, ON4, ON 5, ON 6, ON 7, ON 8, ON 9, ON 10, ON 11, ON 12</p>	БП ТК/ БД КВ/ BD EC	DM/ DM/ DM 207	Digital маркетинг	<p>Пән магистратура студенттеріне цифрлық маркетинг стратегиясын әзірлеу және іске асыру, тиімділікті талдау және одан әрі оңтайландыру тәсілдері үшін қажетті білім мен дағдыларды алуға бағытталған. Интернет желісінде маркетингтік бағдарламаларды жасауға мүмкіндік беретін теориялық білімді қалыптастыруға; кәсіпорынның коммуникациялық қызметінде интернет-технологияларды қолданудың практикалық дағдыларын дамытуға баса назар аударылады. Интернет желісінде маркетингтік стратегияны әзірлеу бойынша қысқаша әдістемелік ережелер келтірілген. Практикалық тапсырмалар, кейстер маркетингте цифрлық технологияларды қолдану дағдыларын қалыптастыруға бағытталған.</p>	5	2	ON 6, ON 9, ON 11
				Digital маркетинг	<p>Дисциплина направлена на приобретение студентами магистратуры знаний и навыков, необходимых для разработки и реализации стратегии по цифровому маркетингу, анализа эффективности и способов дальнейшей оптимизации. Основное внимание уделяется формированию теоретических знаний, позволяющих</p>			



					<p>разрабатывать маркетинговые программы в сети интернет; развитию практических навыков использования интернет-технологий в коммуникационной деятельности предприятия. Приводятся краткие методические положения по разработке маркетинговой стратегии в сети интернет. Практические задания, кейсы направлены на формирование навыков использования цифровых технологий в маркетинге.</p>		
				Digital Marketing	<p>The discipline is aimed at acquiring the knowledge and skills necessary for the development and implementation of a digital marketing strategy, efficiency analysis and ways of further optimization by Master's students. The main attention is paid to the formation of theoretical knowledge that allows the development of marketing programs on the Internet; the development of practical skills in the use of Internet technologies in the communication activities of the enterprise. Brief methodological provisions on the development of a marketing strategy on the Internet are given. Practical tasks and cases are aimed at developing skills in using digital technologies in marketing.</p>		
			IT/ IT/ IT 207	Интернет технологиялары	<p>Интернет технологиялары JavaScript технологияларын, қашықтан жұмыс істеуге арналған Web - қосымшаларды дербес әзірлеуге, нақты уақыт режимінде деректерді басқаруға мүмкіндік беретін клиент-сервер технологияларын қарастырады.</p>		ON 6, ON 7
				Интернет	Интернет технологии рассматривают		

				технологии	технологии JavaScript, клиент – серверные технологии, что позволяет самостоятельно разработать Web-приложения для удаленной работы, управлять данными в режиме реального времени.		
				Internet technology	Internet technologies consider JavaScript technologies, client-server technologies, which allows you to independently develop Web - applications for remote work, manage data in real time		
			ShBKT / STUP/ MTPM 207	Жобаларды басқарудың қазіргі технологиясы	Жобаларды басқарудың қазіргі технологиялары заманауи CASE-кұралдарымен кәсіпорындардың тиімділігін арттыруға бағытталған пәндік мәселелерді шешу үшін жоспарлау мен жобалық басқаруды қарастырады.		ON 5 ON 7 ON 8 ON 9
				Современные технологии управления проектами	Современные технологии управления проектами рассматривает планирование и управление проектами для решения задач предметной области направленных на повышение эффективности работы предприятий современными CASE-средствами.		
				Modern technologies of project management	Modern technologies of project management considers planning and project management for solving problems of the subject area aimed at improving the efficiency of enterprises with modern CASE-tools.		
			ITSM/ ITSM/ ITSM 207	IT-сервис менеджменті	IT қызметін басқару – ақпараттық жүйелердің ұйымдастырылуы мен жұмыс істеуін зерттеу. Мәліметтерді өңдеу мәселелерін талдау		ON 6, ON 7
				IT-сервис менеджмент	IT-сервис менеджмент изучение организации и функционирования		

					информационных систем. Анализ проблем обработки данных.			
				IT-service management	IT service management is the study of the organization and functioning of information systems. Analysis of data processing problems.			
			ВТР/ ИОТ/ ТСС 207	Бұлтты технологияларды пайдалану	Бұлтты технологияларды пайдалану қашықтан басқаруға арналған арнайы бағдарламалық қамтамасыз ету мен құралдарды қолданудың заманауи әдістері мен технологияларын қарастырады.			ON 6, ON 7
				Использование облачных технологий	Использование облачных технологий рассматривает современные методы и технологий использования, специализированных программно-инструментальных средств удалённого управления.			
				The use of cloud computing	The use of cloud computing considers modern methods and technologies of using specialized software and tools for remote control.			
		БП ТК/ БД КВ/ ВД ЕС	РТ/ РТ/ РТ 208	PR технологиясы	Пән магистранттардың шетелдік тәжірибені ескере отырып, кәсіби және жеке салада тиімді коммуникативті мінез-құлықты қалыптастыруға мүмкіндік беретін PR технологиясы саласындағы жүйелі білімі мен тәжірибесін, компанияның PR стратегиясының тұжырымдамасын, коммуникациялық жобаларды жоспарлауды, презентациялар мен іскерлік келіссөздерді жүргізуді дамытуға бағытталған.	5	2	ON 3, ON 10, ON 12
				PR технологии	Дисциплина направлена на формирование у магистрантов системных знаний и практики в области			

				<p>PR технологии, концепции пиар-стратегии фирмы, планирование коммуникационных проектов, проведение презентации и деловых переговоров, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личной сферах с учетом зарубежного опыта.</p>		
			PR technologies	<p>The discipline is aimed at developing undergraduates' systemic knowledge and practice in the field of PR technology, the concept of a company's PR strategy, planning communication projects, conducting presentations and business negotiations, allowing them to build effective communicative behavior in professional and personal spheres, taking into account foreign experience.</p>		
		КККР/ РКО/ РСС 208	Конструктивті қарым-қатынас психологиясы	<p>Пән кез келген профильдегі маманның іс-әрекетінің түрі ретінде қарым-қатынас туралы білімді меңгеруге бағытталған, кәсіби даму мен тұлғаның өзін-өзі жүзеге асырудағы қарым-қатынастың маңызы туралы. Пән барлық әлеуметтік жағдайларда табысты қарым -қатынас дағдыларын қалыптастырады.</p>		ON 10, ON 12
			Психология конструктивного общения	<p>Дисциплина направлена на усвоение знаний об общении как виде деятельности специалиста любого профиля, о значении общения в профессиональном развитии и личной самореализации. Дисциплина формирует навыки успешного общения в любых социальных ситуациях.</p>		
			Psychology of	<p>The discipline is aimed at mastering</p>		

				constructive communication	knowledge about communication as a type of activity of a specialist of any profile, about the importance of communication in professional development and personal self-realization. The discipline forms the skills of successful communication in all social situations.		
			РІКК/ PDO/ PBC 208	Риторика.Іскерлік қарым-қатынас	Пән нәтижелі іскерлік келіссөздер жүргізе отырып, маманның кәсіби қызметінде іскерлік қарым -қатынас дағдыларын, риторикалық мәдениетті қалыптастырады. Магистранттар вербалды қарым-қатынастың психологиялық аспектілерін, риторикалық әдістер мен дәлелдемелердің құрылымын меңгереді, сендіру, іскерлік әңгіме жүргізу, пікірталас, вербалды емес коммуникация құралдарын меңгереді.		ON 10, ON 12
		Риторика. Деловое общение		Дисциплина формирует навыки делового общения, риторической культуры в профессиональной деятельности специалиста, ведения продуктивных деловых переговоров. Магистранты усвоят психологические аспекты речевого общения, риторические приемы и структуру доказательств, овладеют мастерством убеждения, ведения деловой беседы, спора, невербальными средствами общения.			
		Rhetoric.Business Communication		Discipline forms business skills, rhetorical culture in professional activities of a specialist, conducting productive business negotiations. Magistrants will assume the psychological aspects of speech communication, rhetorical techniques and			

					the structure of evidence, will master the skill of conviction, business conversation, dispute, non-verbal means of communication.			
			OIPFA/ MIFUD/ MIFEА 208	Оқу іс- әрекетінің инновациялық формаларының әдістемесі	Жоғары мектепте инновациялық оқытудың мәнін меңгеруге бағытталған. Білім берудегі инновацияның әдіснамалық тәсілдері қарастырылады. Инновация теориясы мен практикасының интеграциялық үдерістері анықталады. Педагогтың жаңашыл мәдениетіне қойылатын талаптар берілген. Курстың мазмұны оқу қызметін ұйымдастырудың инновациялық форматын, оқытуды ұйымдастыру формаларын, технологиялары мен әдіс-тәсілдері университеттегі оқу үдерісінің жоғары сапалы нәтижесін қамтамасыз ететін тұрғыда қарастырылады.			ON 2, ON 3, ON 4
				Методология инновационных форм учебной деятельности	Направлена на освоение сущности инновационного обучения в вузе. Рассматриваются методологические подходы для инноваций в образовании. Определены интеграционные процессы теории и практики инновационной деятельности. Даны требования к инновационной культуре педагога. В содержании курса рассмотрены инновационный формат организаци учебной деятельности, формы организации обучения, технологии, обеспечивающие качественный результат образовательного процесса в вузе.			
				Methodology of Innovative Forms	It is aimed at mastering the essence of innovative education at the university.			

				of Educational Activity	Methodological approaches for innovations in education are considered. The integration processes of the theory and practice of innovation activity are determined. The requirements for the innovative culture of the teacher are given. The content of the course considers an innovative format for organizing educational activities, forms of organizing training, technologies that provide a qualitative result of the educational process at a university.		
			BBZh/ PO/ PE 208	Білім беруді жекелендіру	Пән қазіргі білім беру трендтерінің бірі – дербестендіру туралы түсініктерді қалыптастыруға бағытталған. Оның мазмұны келесі тақырыптармен ұсынылған: білім берудің жеке моделі, оның құрылымы мен факторлары; жеке оқыту принциптері; оқытудың жеке траекториясы туралы түсінік; жеке білім берудегі байланыс ерекшеліктері		ON 4, ON 5, ON 12
				Персонализация образования	Дисциплина направлена на формирование представлений об одном из трендов современного образования – персонализации. Ее содержание представлено следующими темами: персонализированная модель образования, ее структура и факторы; принципы персонализированного учения; понятие индивидуальной траектории обучения; особенности коммуникации в персонализированном образовании.		
				Personalization of education	The discipline is aimed at forming ideas about one of the trends of modern education – personalization. Its content is represented by the following topics:		

					personalized education model, its structure and factors; principles of personalized teaching; the concept of individual learning trajectory; features of communication in personalized education.				
Кәсіби практикалар / Профессиональные практики/ Professional practices	<b>Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</b> ON 2, ON4, ON 9, ON 10  <b>После успешного завершения модуля обучающийся будет:</b> ON 2, ON4, ON 9, ON 10  <b>/ Upon successful completion of the module, the student will:</b> ON 2, ON4, ON 9, ON 10	БП ЖООК/ ВД ВК/ BD UC	PP 205	Педагогикалық практикасы	Педагогикалық тәжірибе сабақ беру мен оқытудың практикалық дағдыларын қалыптастыру мақсатында жүргізіледі. Бұл ретте магистранттар бакалавриатта сабақ өткізуге тартылады	4	3	ON 2, ON 4, ON 9, ON 10	
				Педагогическая практика	Педагогическая практика проводится с целью формирования практических навыков методики преподавания и обучения. При этом магистранты привлекаются к проведению занятий в бакалавриате.				
				Pedagogical practice	Pedagogical practice is conducted in order to develop practical skills in teaching and learning methods. At the same time, graduate students are involved in conducting under graduate studies.				
			КП ЖООК/ ПД ВК/ PD UC	ZP/ IP/ RP 302	Зерттеу практикасы	Зерттеу практикасы білім алушыларда өзін-өзі жетілдіруге және өзін-өзі дамытуға деген ынта-ықыласты, олардың белсенді өмір сүруі барысында жаңа білімдерді өздігінен шығармашылық меңгерудің қажеттілігі мен дағдыларын қалыптастыру мақсатында жүргізіледі.	14	4	ON 2, ON 4, ON 9, ON 10
					Исследовательская практика	Исследовательская практика проводится с целью формирования у обучающихся способности к самосовершенствованию и саморазвитию, потребности навыков самостоятельного творческого овладения новыми знаниями в течение			



					всей их активной жизни деятельности.			
				Research practice	Research practice is conducted in order to form students 'ability to self-improvement and self-development, needs and skills of independent creative mastering of new knowledge throughout the iractive life.			
Ғылыми-зерттеу жұмысы/ Научно-исследовательская работа/ Research work		МҒЗЖ/ НИРМ/ WDMT		Тағылымдамада н өту мен магистрлік диссертацияны орындауды қамтитын магистранттың ғылыми-зерттеу жұмысы	МҒЗЖ ғылыми-зерттеу қызметінің, стандартты ғылыми міндеттерді шешу; күндізгі кәсіби қызметке қажетті білімді кеңейту және тереңдету және докторантурада білім алуды жалғастыру дағдыларын қалыптастырады.	24	1-4	ON 2, ON 4,
				Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	НИРМ формирует навыки научно-исследовательской деятельности, решения стандартных научных задач; расширения и углубления знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности продолжения образования в докторантуре.			
				Research work of a master student, including internship and writing of Master's thesis	Research work of a master's student forms the skills of research activities, solving standards scientific problems; expanding and deepening the knowledge necessary for everyday professional activity and continuing education in the doctoral program.			
Қорытынды		ҚА/ ИА/		Магистрлік диссертацияны		8	4	ON 9, ON 10

аттестаци я/ Итоговая аттестаци я/ Final certificatio n		FC/		рәсімдеу және корғау				
				Оформление и защита магистерской диссертации				
				Preparation and defense of the master's thesis				