

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА»

Утверждена
на заседании Ученого совета
учреждения «Университет «Туран»
Протокол № __ от «__» _____ 2019 г.

Одобрена на заседании УМС
Протокол № __ от «__» _____ 2019 г.
Проректор по УМР
_____ Абдиев К.С.

МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Шифр и название образовательной программы: **7М04105 - «Маркетинг»**
(научное и педагогическое направление)

Академическая степень: магистр экономических наук по образовательной программе
«Маркетинг» (научное и педагогическое направление)

Разработана		Согласована		
Ф.И.О., должность, уч. степень и звание		Проректор по УМР	Абдиев К.С.	
Разакова Д.И., зав. кафедрой «Маркетинг и логистика», к.э.н., доцент		Проректор по внешним связям, международной аккредитации и поству- зовскому образованию	Тусупова Л.А.	
		Директор ДАВ	Тусупова С.А.	
		Директор ЦБПиДО	Паршина Г.Н.	
		Декан факультета	Успанова М. У.	

Рассмотрена
на заседании кафедры «Маркетинг и логистика»
Протокол № _____ 2019 г.

Зав. кафедрой _____ Разакова Д.И.

Алматы, 2019

Структура образовательной программы

1	Общая характеристика образовательной программы	
1.1	Пояснительная записка	
1.2	Цели образовательной программы	
1.3	Описание области профессиональной деятельности	
1.4	Требования к уровню подготовки поступающего на образовательную программу	
2	Требования к ожидаемым результатам обучения в терминах компетенций	
2.1	Результаты обучения	
2.2	Универсальные (общие) компетенции	
2.3	Предметно-специализированные (профессиональные) компетенции	
2.4	Квалификационная модель выпускника	
2.5	Матрица результатов обучения	
2.6	Матрица компетенций	
3	Политика оценивания результатов обучения (текущий, рубежный и итоговый контроль)	
4	Содержание обучения по образовательной программе	
4.1	Учебный план образовательной программы магистратуры (по модульной системе) на весь период обучения*	ФУТ 705–15–19 (магистратура, докторантура)
4.2	Каталог образовательных модулей (обязательных, общеуниверситетских, элективных)	ФУТ 705–23–19

* Включает распределение модулей по годам обучения с учетом пререквизитов, трудоемкости и распределения учебной нагрузки по видам деятельности

1 Общая характеристика образовательной программы

1.1 Пояснительная записка

Основной общенациональной целью образования, в соответствии с Государственной программой образования Республики Казахстан, является удовлетворение интересов общества, государства и личности в получении качественного высшего образования, предоставлении каждому человеку широких возможностей в выборе содержания, формы и сроков обучения.

Образовательная программа отражает соответствие концепции выбранной программы миссии и целям университета «Туран», определяет особенности контингента обучающихся, их образовательные запросы, возможности и потребности.

Образовательная программа подготовки магистра по направлению подготовки 7М04105 – «Маркетинг» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом «Туран» с учетом требований рынка труда на основе Государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки (специальности) высшего послевузовского образования.

Образовательная программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Образовательная программа составлена с учетом нормативно-правовой базы в области высшего послевузовского образования Республики Казахстан.

В структуре образовательной программы отражены результаты обучения, описаны квалификационные уровни и ключевые компетенции выпускника.

1.2 Цели образовательной программы

Образовательная программа подготовки магистра по направлению подготовки 7М04105 – «Маркетинг» направлена на формирование у магистрантов социально-личностных, Soft Skills (инструментальных, системных) и профессиональных компетенций в области маркетинговой деятельности организаций и индивидуальных предпринимателей в соответствии с требованиями ГОСО по данному направлению подготовки и на этой основе развитие у магистрантов личностных качеств, а также формирование общенаучных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере экономической деятельности.

Политика университета «Туран» в области образования является программным документом, разработанным в свете реализации Государственной программы развития образования на 2011-2015 годы, определяющим основные направления развития, цели и задачи, принципы, политику и миссию университета «Туран»: «Культура, образование и наука во благо общества» на пути модернизации и ускоренного формирования образовательных и научно-исследовательских учреждений мирового уровня.

Миссия образовательной программы «Маркетинг» - формирование у магистра общих (базовых) и профессиональных компетенций, навыков осуществления научно-исследовательской и проектной, информационно-аналитической, педагогической, практической деятельности в области маркетинга, а также подготовки аналитических материалов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности.

Целью образовательной программы 7М04105 - «Маркетинг» является обеспечение реализации ГОСО РК и Типового учебного плана по данной специальности и на этой основе развитие у магистрантов личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями стандартов в области маркетинговой деятельности, способствующих

последующему принятию стратегических маркетинговых решений, участию в научных исследованиях и разработках, связанных с коммерциализацией НИОКР, со стимулированием инновационной деятельности.

Основные задачи магистерской программы заключаются в обеспечении условий:

- при профильной подготовке – приобретение магистрантами образования по современным направлениям экономики и маркетинга, углубленная теоретическая и практическая подготовка в области маркетинга, освоение наиболее важных и устойчивых знаний, обеспечивающих высокий уровень интеллектуального развития, владение нравственными, этическими и правовыми нормами, культурой мышления, развитие творческого потенциала, инициативы и новаторства, повышение конкурентоспособности обучающихся как на внутреннем, так и на международном рынках труда;

- при научной и педагогической подготовке – получение углубленной теоретической и практической подготовки в области науки и педагогической деятельности, приобретение навыков организации и проведения научных исследований, получения необходимого задела для продолжения научной работы в докторантуре, получение необходимого объема знаний, умений и навыков в области вузовской педагогики и психологии, а также опыта преподавания в вузе.

В области воспитания целью образовательной программы 7M04105 – «Маркетинг» является: развитие у магистрантов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, умения работать индивидуально и в коллективе, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, целеустремленности и настойчивости в достижении целей.

В области профессиональной подготовки целью данной образовательной программы является формирование ключевых компетенций, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере экономической деятельности и быть конкурентоспособным на рынке труда.

Уникальность образовательной программы 7M04105 - «Маркетинг» состоит в практикоориентированности программы, в интеграции бизнеса-образования (в разработке ОП активное участие принимают представители бизнес-структур, специалисты-практики, эксперты, руководители компаний) и соответствии современным трендам образования в области маркетинга. Обучающиеся активно вовлечены в деятельность Казахстанской Ассоциации Маркетинга, а также представители ассоциации ведут практические занятия, тренинги, мастер-классы, семинары.

Особенности и преимущества ОП «Маркетинг»:

- инновационные курсы образовательной программы, соответствующие современным требованиям рынка и запросам работодателей: в магистратуре - «Инновационный маркетинг», «Практический маркетинг», «Социальный маркетинг», «Нейромаркетинг», «Современные технологии маркетинговых исследований»;

- использование интерактивных методов обучения (интерактивные лекции, рекламные видеоролики, кейс-стади, ролевые и деловые игры, презентации, бизнес-проекты), способствующих формированию ключевых компетенций;

- практикоориентированное обучение (мастер-классы, гостевые и бинарные лекции с приглашением специалистов-практиков, выездные занятия в коммерческих структурах, экскурсии в компании, привлечение практикующих маркетологов ведущих фирм, а также представителей КАМ к ведению занятий);

- применение компьютерных технологий в учебном процессе (тестирование в режиме онлайн на сайте kahoot.it, ведение занятий в режиме онлайн на базе программного обеспечения Adobe connect, решение прикладных оптимизационных задач и проведение деловой игры в программе Excel, проведение маркетингового анализа с использованием программы Marketing Expert, компьютерное тестирование с использованием тестирующих

программ Ecomot и U-3, использование Интернет-инструмента Google Формы для проведения онлайн опроса);

- активное участие магистрантов в научно-исследовательских конференциях и круглых столах, проводимых под эгидой КАМ, в конкурсе бизнес-проектов «Turan Innovations», в студенческой научной конференции «Жас Туран», привлечение обучающихся к разработке научных проектов кафедры «Маркетинг и логистика»;

- гармонизация учебного плана специальности «Маркетинг» с образовательными программами зарубежных вузов для реализации программ двудипломного образования;

- формирование и развитие креативного, творческого мышления обучающихся в процессе выполнения практических заданий, пресс-конференций, презентаций, бизнес-проектов и др., что способствует принятию оптимальных и эффективных маркетинговых решений, в том числе нестандартных и оригинальных;

- значительная востребованность выпускников Университета «Туран» по специальности «Маркетинг», которые владеют достаточно высокой квалификацией и профессиональными компетенциями, что подтверждается их высоким процентом трудоустройства.

1.3 Описание области профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности магистра включает:

- сферу предпринимательской деятельности, включающую исследование рынков, инновационное предпринимательство, ведение бизнеса;

- сферу деятельности некоммерческих организаций в части работы с целевыми аудиториями;

- сферу деятельности органов власти (государственного и местного управления) и международных организаций в части регулирования рыночных отношений, удовлетворения потребностей населения и развития предпринимательства.

Выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в службах, отделах, управлениях (предпринимательского, маркетингового или информационного профилей) организаций различных организационно-правовых форм практически во сферах деятельности, а также трудятся в научно-исследовательских организациях, в учреждениях высшего профессионального образования, в структурах государственного и местного управления.

Выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Объектами профессиональной деятельности магистров являются следующие системы, явления, процессы, на которые направлено воздействие:

- продаваемые товары, работы, услуги, имущественные права (в том числе на интеллектуальную собственность);

- продуктово-технологические инновации;

- рынки сбыта (все представляющие интерес для субъекта предпринимательства участники рынка данного товара) и рынки закупок, исследуемые в интересах субъекта предпринимательства;

- рынки закупок, целевые аудитории (вместо рынков сбыта), исследуемые в интересах некоммерческих организаций;

- рынки, исследуемые в интересах органов власти и международных организаций;

- процессы регулирования рыночной деятельности на местном, региональном, национальном и международном уровнях;

- бизнес-процессы и бизнес-модели субъектов предпринимательства и субъектов государственно-частного партнерства;

- маркетинговые коммуникации и интернет;

- каналы сбыта и интернет;

- информационные системы маркетинга и интернет;
- корпоративная культура и системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- процессы управления маркетинговой деятельностью организаций различных организационно-правовых форм, индивидуальных предпринимателей, объединений организаций или/и индивидуальных предпринимателей.

Магистр должен быть готов к следующим видам профессиональной деятельности:

- коммерческой;
- торгово-посреднической;
- коммуникационной;
- организационно-управленческой;
- информационно-аналитической (в целях выполнения других видов деятельности);
- научно-исследовательской и проектной;
- педагогической.

1.4 Требования к уровню подготовки поступающего на образовательную программу

Для поступления в магистратуру абитуриент должен иметь диплом бакалавра/специалиста/магистра государственного образца, сдать государственный экзамен по иностранному языку, а также быть подготовленным к ответам на вопросы, составленные для проведения вступительных испытаний.

В качестве дополнительных требований к абитуриенту с учетом конкурсного отбора на основании результатов вступительных испытаний можно принимать во внимание следующую информацию о поступающих: ходатайства/рекомендации, благодарственные письма, грамоты, поручительства, целевые направления и другое.

Правила приема ежегодно устанавливаются решением Ученого совета университета. Список необходимых документов определен Правилами приема в университет.

Пререквизитами для абитуриентов, поступающих в магистратуру по ОП 7М04105 – «Маркетинг», являются базовые и профилирующие дисциплины обязательного компонента образовательной программы бакалавриата по данной специальности: Макроэкономика, Маркетинг, Маркетинговые исследования, Управление маркетингом.

2 Требования к ожидаемым результатам обучения в терминах компетенций

2.1 Результаты обучения

Достигнутые результаты обучения по образовательной программе 7М04105 – «Маркетинг» заключаются в том, что магистр:

- демонстрирует умение руководить отраслевыми и междисциплинарными коллективами, осуществлять корпоративный менеджмент, способен к самоконтролю и контролю других (PO1);

- способен проводить научные исследования, проектную деятельность, самостоятельно анализировать и представлять полученные результаты (PO2);

- способен продвигать идеи, достигнутые результаты и инновации для улучшения внешней среды (PO3);

- способен выявлять проблемы в исследуемой области, определять стратегии, способы и пути их решения с учетом социальной ответственности бережливого производства на основе системного мышления (PO4);

- способен решать проблемы в профессиональной сфере и междисциплинарном контексте с применением новых и новейших научных концепций и теорий (PO5);

- способен проводить собственное научное исследование для создания инновационной продукции на основе синтеза и интеграции научных знаний, и

методологий, осуществлять проектную деятельность в контексте новейших достижений науки в профессиональной сфере (PO6);

– владеет навыками научного письма и коммуникации, способен аргументировать свои выводы, отстаивать их в профессиональных дискуссиях (PO7);

– способен организовать маркетинговую деятельность компании, разрабатывать и реализовать маркетинговые стратегии, товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику в практике маркетинга (PO8);

– владеет навыками проведения маркетинговых исследований, сбора и обработки данных, подготовки аналитических отчетов (PO9);

– владеет навыками проведения в комплексе презентаций, рекламных и PR-акций, организации личной продажи, выставок, ярмарок, умение использовать средства стимулирования сбыта (PO10);

– способен организовать маркетинговую деятельность финансовых организаций, применять маркетинговые технологии на рынке финансовых услуг с учетом отраслевой специфики (PO11);

– владеет техниками и методами эффективных продаж, проведения торговых презентаций, ведения переговоров в процессе продажи и применения инструментов мерчандайзинга (PO12).

Результаты освоения образовательной программы определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, навыки, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Выпускник образовательной программы 7М04105 - «Маркетинг» следующими компетенциями.

2.2 Универсальные (общие) компетенции

2.1.1 Социально-личностные:

– умение обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы (OK1);

– знание и понимание законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности (OK2);

– умение применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин (OK3);

– умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (OK4);

– умение взаимодействовать с окружающими, готовность к кооперации с коллегами, работе в команде (OK5);

– языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде, владение одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность (OK6).

2.1.2 Soft Skills (инструментальные, системные):

– умение обосновывать актуальность и значимость темы научного исследования, представлять результаты проведенного исследования в виде научной работы (OK7);

– владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (OK8);

– способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность, оценивать эффективность управленческих решений и маркетинговых проектов (OK9).

2.3 Предметно-специализированные (профессиональные) компетенции

Профессионализм выпускника по ОП 7М04105 – «Маркетинг» определяется его компетенциями:

- способность управлять организациями, подразделениями, командами (сотрудников), бизнес-процессами, принимать оптимальные управленческие маркетинговые решения (ПК1);
- умение организовать маркетинговую деятельность компании, разрабатывать и реализовать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику в практике маркетинга (ПК2);
- способность генерировать и внедрять инновации в маркетинговую деятельность компании, реализовать инновационные проекты на принципах маркетинга (ПК3);
- владение техниками и методами эффективных продаж, проведения торговых презентаций, ведения переговоров в процессе продажи и применения инструментов мерчандайзинга (ПК4);
- умение организовать маркетинговую деятельность финансовых организаций, применять маркетинговые технологии на рынке страховых услуг с учетом отраслевой специфики (ПК5);
- навыки проведения маркетинговых исследований, включая разработку технического задания, сбор и обработку данных, подготовку аналитических отчетов (ПК6);
- навыки применения современного маркетингового инструментария для решения социальных проблем и задач, применения технологий социальной направленности, разработки и реализации стратегии социальной ответственности организации, программ партнерства и сотрудничества (ПК7);
- умение осуществлять маркетинговую активность компании с учетом методов и приемов нейромаркетинга, техник нейроманипулирования (ПК8);
- навыки разработки и реализации маркетинговых стратегий, планирования и контроля маркетинговой деятельности (ПК9).

2.4 Квалификационная модель выпускника образовательной программы 7М04105 - Маркетинг

Целью деятельности выпускника магистратуры ОП «Маркетинг» является разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая успешное осуществление и эффективное управление маркетинговой деятельностью организации.

Квалификационная модель выпускника ОП 7М04105 – «Маркетинг» в соответствии с профессиональными стандартами представлена в Приложении 1.

Квалификационная модель выпускника ОП 7М04105 – «Маркетинг»

Компетенции		Заданные качества личности выпускника (навыки и умения)	Код компетенции
Универсальные (общие) компетенции	Социально-личностные	Умение обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы	ОК1
		Знание и понимание законов развития природы, общества и мышления, умение оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности	ОК2
		Умение применять современные методы и методики	ОК3

		преподавания экономических дисциплин		
		Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	ОК4	
		Умение взаимодействовать с окружающими, готовность к кооперации с коллегами, работе в команде	ОК5	
		Языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде, владение одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность	ОК6	
	Soft Skills (инструментальные, системные)	Умение обосновывать актуальность и значимость темы научного исследования, представлять результаты проведенного исследования в виде научной работы	ОК7	
		Владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования	ОК8	
		Способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность, оценивать эффективность управленческих решений и маркетинговых проектов	ОК9	
		Предметно-специализированные (профессиональные) компетенции	Способность управлять организациями, подразделениями, командами (сотрудников), бизнес-процессами, принимать оптимальные управленческие маркетинговые решения	ПК1
			Умение организовать маркетинговую деятельность компании, разрабатывать и реализовать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику в практике маркетинга	ПК2
Способность генерировать и внедрять инновации в маркетинговую деятельность компании, реализовать инновационные проекты на принципах маркетинга	ПК3			
Владение техниками и методами эффективных продаж, проведения торговых презентаций, ведения переговоров в процессе продажи и применения инструментов мерчандайзинга	ПК4			
Умение организовать маркетинговую деятельность финансовых организаций, применять маркетинговые технологии на рынке страховых услуг с учетом отраслевой специфики	ПК5			
Навыки проведения маркетинговых исследований, включая разработку технического задания, сбор и обработку данных, подготовку аналитических отчетов	ПК6			
Навыки применения современного маркетингового инструментария для решения социальных проблем и задач, применения технологий социальной направленности, разработки и реализации стратегии социальной ответственности организации, программ партнерства и сотрудничества	ПК7			
Умение осуществлять маркетинговую активность компании с учетом методов и приемов нейромаркетинга, техник нейроманипулирования	ПК8			
Навыки разработки и реализации маркетинговых стратегий, планирования и контроля маркетинговой деятельности	ПК9			

2.5 Матрица результатов обучения

Матрица результатов обучения магистра ОП 7М04105 – «Маркетинг» представлена в приложении 2.

2.6 Матрица компетенций

Матрица компетенций выпускника-магистра по ОП 7М04105 – «Маркетинг» представлена в Приложении 3.

3 Политика оценивания результатов обучения (текущий, рубежный и итоговый контроль)

Текущий контроль успеваемости обучающихся ОП 7М04105 – «Маркетинг» – это систематическая, ежедневная и еженедельная проверка знаний обучающихся и результатов СРМ, проводимая преподавателем на текущих лекционных, практических, СРМП занятиях, согласно расписанию аудиторных занятий в соответствии с учебной программой.

Рубежный контроль успеваемости обучающихся - это подведение итогов текущего контроля знаний и проверка учебных достижений обучающихся по результатам изучения разделов, модулей, блоков и т.п. изучаемой дисциплины, проводимая преподавателем на занятиях 8 и 15 недель семестра.

Итоговая государственная аттестация выпускников образовательной программы магистратуры является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. ИГА включает:

1. Сдачу междисциплинарного государственного экзамена по маркетингу.
2. Защиту выпускной квалификационной работы – магистерской диссертации/проекта.

4 Содержание обучения по образовательной программе

4.1 Учебный план образовательной программы магистратуры (по модульной системе) на весь период обучения приводится в Приложении 5.

4.2 Каталог элективных модулей (обязательных, общеуниверситетских, элективных) приводится в Приложении 5.

Квалификационная модель выпускника ОП 7М04105 – «Маркетинг»

Вид профессиональной деятельности	Трудовые функции	Квалификационные требования	Наименования должностей	Уровень квалификации
Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Разработка и внедрение инновационных товаров (услуг), создание брендов и управление ими в организации	<p>1. Функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработка и внедрение инновационных товаров (услуг); – создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими; – разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); – реализация и совершенствование ассортиментной политики организации; – проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов); – создание фирменного стиля организации; – реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; – подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов). <p>2. Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); – принципы и инструменты бренд-менеджмента; – процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); – методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; – жизненный цикл товара (услуги); – управление товарной политикой организации; – критерии конкурентоспособности товаров (услуг) организации. <p>3. Навыки и умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать оптимальный ассортимент товаров и услуг организации; – генерировать идеи создания новых товаров (услуг); – проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); – оценивать и повышать конкурентоспособность товаров (услуг) организации; – проводить оценку стоимости брендов организации; – разрабатывать брендбук организации; – использовать инструменты проектного управления успешными брендами. 	Начальник отдела маркетинга, специалист по маркетингу, бренд-менеджер, product-менеджер	Магистр 7 уровень НРК
	Разработка, внедрение и	<p>1. Функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработка ценовой политики в организации; 	Начальник отдела маркетинга,	Магистр

	<p>совершенствование политики ценообразования в организации</p>	<ul style="list-style-type: none"> – калькуляция себестоимости продукции; – применение методов формирования цен на товары (услуги) организации; – разработка конкурентных ценовых стратегий; – внедрение системы стимулирования сбыта товаров (услуг) организации с использованием ценовых скидок; – совершенствование политики ценообразования в организации. <p>2. Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – законодательство Республики Казахстан, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций; – виды цен, их экономическая характеристика и особенности; – базисные условия поставок Инкотермс 2017; – ценовые стратегии; – методы ценообразования; – инструменты маркетингового ценообразования (надбавки и скидки, товарообменный зачет, коммерческие поправки к цене, индексация цен, скольжение цен). <p>3. Навыки и умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); – рассчитывать ценовую точку безубыточности; – определять оптимальные цены на товары (услуги) организации; – осуществлять выбор и реализацию ценовой стратегии; – сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); – применять ценовые скидки в целях стимулирования сбыта товаров (услуг); – проводить маркетинговые исследования по ценам. 	<p>специалист по маркетингу, бренд-менеджер, product-менеджер</p>	<p>7 уровень НРК</p>
	<p>Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации</p>	<p>1. Функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации; – разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации; – разработка и реализация сбытовой политики организации; – совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации. <p>2. Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – каналы распределения и сбыта; – управление сбытовой политикой организации; – законодательство Республики Казахстан и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую и торговую деятельность организации; – методы эффективной торговли; – техника персональных продаж; – принципы и правила мерчандайзинга; – онлайн продажи и интернет-магазины. 	<p>Начальник отдела маркетинга, специалист по маркетингу, менеджер по продажам, начальник отдела сбыта, трейд-менеджер, интернет-маркетолог</p>	<p>Магистр 7 уровень НРК</p>

		<p>3. Навыки и умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с информацией и базами данных по системе распределения; – осуществлять выбор рациональных каналов распределения (дистрибуции) и посредников; – создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации; – оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции); – проводить анализ и оценку сбытовой политики организации; – управлять продажами товаров и услуг; – использовать методы и технику продаж. 		
	<p>Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>1. Функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации; – разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации; – формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; – разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; – формирование имиджа и деловой репутации организации; – организация и проведение мероприятий по связям с общественностью; – разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж; – применение Интернет-рекламы и SMM; – участие в ярмарках и выставках; – работа с инструментами прямого маркетинга; – подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений. <p>2. Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – инструменты маркетинговых коммуникаций; – стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; – организация рекламного дела; – законодательство Республики Казахстан и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации. – современные рекламные технологии, инновации в рекламе, SMM; – интегрированные маркетинговые коммуникации; – ATL-, BTL-акции; – медиапланирование. <p>3. Навыки и умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; – формировать имидж и деловую репутацию организации; – продвигать товары (услуги) организации на рынок, в том числе с использованием Интернет-ресурсов (Интернет-реклама, SMM); 	<p>Начальник отдела маркетинга, специалист по маркетингу, менеджер по рекламе, менеджер по связям с общественностью, ATL-, BTL-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-маркетолог, event-менеджер</p>	<p>Магистр 7 уровень НРК</p>

		<ul style="list-style-type: none"> – улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики; – выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; – проводить анализ результативности коммуникационной политики; – формирования бюджета маркетинговых коммуникаций; – проведения презентаций, рекламных и PR-акций; – составления медиаплана. 		
Управление маркетинговой деятельностью организации	Формирование маркетинговой стратегии организации	<p>1. Функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития компании, ее текущих бизнес-процессов и проектной деятельности; – создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации; – создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации; – руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации. <p>2. Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методика проведения комплексного маркетингового исследования; – особенности риск-менеджмента; – инструменты бренд-менеджмента; – маркетинговые стратегии; – принципы стратегического и оперативного планирования; – методы и стратегии ценообразования; – принципы логистики распределения и сбыта; – методы управления проектами. <p>3. Навыки и умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать маркетинговую стратегию организации; – прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации; – определять миссию организации и составлять стратегический план деятельности на перспективу; – выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации; – реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации. 	Вице-президент по маркетингу, коммерческий директор, директор департамента по маркетингу, директор департамента по продажам, директор департамента по сбыту, директор департамента по рекламе и PR	Магистр 8 уровень НРК
	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности компании	<p>1. Функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации; – согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации; – согласование и реализация плана маркетинга организации; – обеспечение развития маркетинговой службы организации; – подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами 	Вице-президент по маркетингу, коммерческий директор, директор департамента по маркетингу,	Магистр 8 уровень НРК

		<p>и лицами организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации. <p>2. Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – инструменты риск-менеджмента; – методы управления бизнес-процессами; – процесс управления знаниями в организации; – методы и организационные возможности управления изменениями; – методы управления проектами; – организационные структуры управления службами маркетинга; – мотивация сотрудников службы маркетинга; – законодательство Республики Казахстан и международное право в области маркетинговой деятельности. <p>3. Навыки и знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать деятельность маркетинговой службы организации; – разрабатывать планы сбыта товаров (реализации услуг); – разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов; – организовать и проводить маркетинговые мероприятия; – проводить анализ и оценку результативности маркетинговых программ; – осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации. 	<p>директор департамента по продажам, директор департамента по сбыту, директор департамента по рекламе и PR</p>	
--	--	--	---	--

**«ТУРАН»
УНИВЕРСИТЕТІ»
МЕКЕМЕСІ**



**УЧРЕЖДЕНИЕ
«УНИВЕРСИТЕТ
«ТУРАН»**

ҚР МЖМБС (ҚР Үкіметінің 31.10.2018 №604 және 31.10.2018 №604 қаулысы) және мамандықтың Типтік оқу жоспары негізінде әзірленді

Подготовлен на основе ГОСО РК (Постановление Правительства РК №604 от 31.10.2018, №604 от 31.10.2018)

It was prepared on the basis of SCSE of RK (Resolution of Government №604 of 31.10.2018, №604 of 31.10.2018) and the Model curriculum approved by the MES of RK

"Тұран" Университетінің Ғылыми Кеңес отырысында бекітілді

_____ 20__ ж. № _____ хаттама

Ректор _____ Р.А. Алшанов

**Модульдік білім беру бағдарламасының оқу жоспары
Учебный план модульной образовательной программы
Curriculum of the Module educational programme**

**7M04105 - Маркетинг мамандығы бойынша
по специальности 7M04105 - Маркетинг
on specialty 7M04105 - Marketing**

**Маркетинг мамандығы бойынша
по специализации Маркетинг
on specialization Marketing**

барлық оқу кезеңіне / на весь период обучения / for entire period of study

**Академиялық дәрежесі: Экономика ғылымдарының магистрі
Академическая степень: Магистр экономических наук
Academic degree: Master of Economic Sciences**

**Дайындық жоғары оқу орнынан кейінгі білім асырылады
Подготовка осуществляется на базе послевузовского образования
Training is based on postgraduate education**

**Оқу мерзімі: 2 жыл
Срок обучения: 2 года
Duration of study: 2 years**

**Оқу түрі: Күндізгі
Форма обучения: Очная
Form of study: Full time**

2019 жылға қабылдау үшін / Для приема 2019 года / For 2019 intake

Модуль (пән) шифры Шифр модуля (дисциплины) Module (discipline) code	Пәннің циклы Дисциплины Discipline cycle	Модуль (пән) атауы Наименование модуля (дисциплины) Module (discipline) title	Курс / Course	Семестр / Semester	KZCS	ECTS	Бақылау түрі Форма контроля Form of control
Жалпы міндетті модульдер / Общие обязательные модули / General required modules							
SHP 1101	Ғылымның философиясы және тарихы / История и философия науки / Science history and philosophy						
GFT 5201 IFN 5201 SHP 5201	БП ЖООК БД ВК BC UC	Ғылымның философиясы және тарихы История и философия науки Science history and philosophy	1	1	4	4	Емтихан Экзамен Exam
FL(P) 1102	Шетел тілі (кәсіби) / Иностранний язык (профессиональный) / Foreign Language (professional)						
ShT(K) 5202 Yа 5202 FL(P) 5202	БП ЖООК БД ВК BC UC	Шетел тілі (кәсіби) Иностранний язык (профессиональный) Foreign Language (professional)	1	1	4	4	Емтихан Экзамен Exam
PM 1103	Басқару психологиясы / Психология управления / Psychology of management						
BP 5203 PU 5203 PM 5203	БП ЖООК БД ВК BC UC	Басқару психологиясы Психология управления Psychology of management	1	1	4	4	Емтихан Экзамен Exam
Таңдаудың жалпы модулі / Общий модуль по выбору / General module of choice							
TMR 1301	Магистрлік зерттеу технологиялары / Технология магистерского исследования / Technology of Master's Research						
MZT 5204 TMI 5204 TMR 5204	БП ТК БД КВ BC EC	Магистрлік зерттеу технологиялары Технология магистерского исследования Technology of Master's Research	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
MER 1301	Экономикалық зерттеулер әдістемесі / Методика экономических исследований / Methods of economic research						
EZA 5201 MEI 5201 MER 5201	БП ТК БД КВ BC EC	Экономикалық зерттеулер әдістемесі Методика экономических исследований Methods of economic research	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
Мамандық бойынша модуль / Модуль по специальности / Module by specialty							
IM 1502	Инновациялық маркетинг / Инновационный маркетинг / Innovation Marketing						
IM 5202 IM 5202 IM 5202	БП ТК БД КВ BC EC	Инновациялық маркетинг Инновационный маркетинг Innovation Marketing	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
PM 1502	Тәжірибелік маркетинг / Практический маркетинг / Practical Marketing						
TM 5205 PM 5205 PM 5205	БП ТК БД КВ BC EC	Тәжірибелік маркетинг Практический маркетинг Practical Marketing	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
MMRT 1505	Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары / Современные технологии маркетинговых исследований / Modern marketing research technologies						
MZZT 5302 STMI 5302 MMRT 5302	ПП ЖООК ПД ВК PC UC	Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары Современные технологии маркетинговых исследований Modern marketing research technologies	1	1	7	7	Емтихан Экзамен Exam
Теориялық оқыту / Теоретическое обучение / Theoretical studies			1	29	29		
Оқытудың қосымша түрлері / Дополнительные виды обучения / Additional types of training							
SRWMSIPWRP 1705	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистрлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз / Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации / Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper						

MGZZhMDOKTBB U (I) 5402 NIRMVMD (I) 5402 SRWMDSIPWRP (I) 5402	ОҚТ ДВО АКТ	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз - I Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации - I Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper - I	1	1	1	1	Емтихан Экзамен Exam
Барлығы семестр / Итого за семестр / Total for semester			1	30	30		
Мамандық бойынша міндетті модуль / Обязательный модуль по специальности / Mandatory module in the specialty							
ММ 1202	Маркетинг-менеджмент / Маркетинг-менеджмент / Marketing-management						
ММ 5301 ММ 5301 ММ 5301	ПП ЖООК ПД ВК РС UC	Маркетинг-менеджмент Маркетинг-менеджмент Marketing-management	1	2	6	6	Емтихан Экзамен Exam
RPT 1205	Зерттеу тәжірибесі / Исследовательская практика / Research practical training						
ZT 5305 IP 5305 RPT 5305	ПП ЖООК ПД ВК РС UC	Зерттеу тәжірибесі Исследовательская практика Research practical training	1	2	3	3	Емтихан Экзамен Exam
Кәсіпкерлік модуль / Предпринимательский модуль / Entrepreneurial module							
PMBPS 1401	PMI PMBOK стандартына негізделген жобаларды басқару / Управление проектами на основе стандарта PMI PMBOK / Project management based on PMI PMBOK standard						
PSNZhB 5203 UPOSP 5203 PMBPS 5203	БП ТК БД КВ BC EC	PMI PMBOK стандартына негізделген жобаларды басқару Управление проектами на основе стандарта PMI PMBOK Project management based on PMI PMBOK standard	1	2	5	5	Емтихан Экзамен Exam
ABPM 1401	Agile негізіндегі жобаларды басқару / Agile-подход в управлении проектами / Agile-based project management						
ANZhB 5206 APUP 5206 ABPM 5206	БП ТК БД КВ BC EC	Agile негізіндегі жобаларды басқару Agile-подход в управлении проектами Agile-based project management	1	2	5	5	Емтихан Экзамен Exam
Мамандық бойынша модуль / Модуль по специальности / Module by specialty							
Neur 1503	Нейромаркетинг / Нейромаркетинг / Neuromarketing						
Nejr 5303 Nejr 5303 Neur 5303	ПП ЖООК ПД ВК РС UC	Нейромаркетинг Нейромаркетинг Neuromarketing	1	2	6	6	Емтихан Экзамен Exam
SM 1504	Сағуды басқару / Управление продажами / Sales management						
SB 5304 UP 5304 SM 5304	ПП ЖООК ПД ВК РС UC	Сағуды басқару Управление продажами Sales management	1	2	6	6	Емтихан Экзамен Exam
Теориялық оқыту / Теоретическое обучение / Theoretical studies			2	26	26		
Оқытудың қосымша түрлері / Дополнительные виды обучения / Additional types of training							
SRWMDSIPWRP 1703	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз / Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации / Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper						

MGZZhMDOKTBB U (II) 5403 NIRMVMD (II) 5403 SRWMDSIPWRP (II) 5403	ОҚТ ДВО АКТ	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз - II Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации - II Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper - II	1	2	4	4	Емтихан Экзамен Exam
Барлығы семестр / Итого за семестр / Total for semester			2	30	30		
Жалпы міндетті модульдер / Общие обязательные модули / General required modules							
HSP 2104	Жоғары мектеп педагогикасы / Педагогика высшей школы / Higher School Pedagogy						
ZhMP 6204 PVSh 6204 HSP 6204	БП ЖООК БД ВК BC UC	Жоғары мектеп педагогикасы Педагогика высшей школы Higher School Pedagogy	2	3	4	4	Емтихан Экзамен Exam
TP 2105	Педагогикалық тәжірибе / Педагогическая практика / Teaching practice						
PT 6205 PP 6205 TP 6205	БП ЖООК БД ВК BC UC	Педагогикалық тәжірибе Педагогическая практика Teaching practice	2	3	4	4	Емтихан Экзамен Exam
Мамандық бойынша міндетті модуль / Обязательный модуль по специальности / Mandatory module in the specialty							
RPT 2204	Зерттеу тәжірибесі / Исследовательская практика / Research practical training						
ZT (II) 6307 IP (II) 6307 RPT (II) 6307	ПП ЖООК ПД ВК PC UC	Зерттеу тәжірибесі - II Исследовательская практика - II Research practical training - II	2	3	6	6	Емтихан Экзамен Exam
Мамандық бойынша модуль / Модуль по специальности / Module by specialty							
DSM 2501	Тереңдетілген стратегиялық маркетинг / Углубленный стратегический маркетинг / Deep Strategic Marketing						
TSM 6306 USM 6306 DSM 6306	ПП ЖООК ПД ВК PC UC	Тереңдетілген стратегиялық маркетинг Углубленный стратегический маркетинг Deep Strategic Marketing	2	3	5	5	Емтихан Экзамен Exam
MFI 2502	Қаржы мекемелеріндегі маркетинг / Маркетинг в финансовых организациях / Marketing in Financial Institutions						
KIM 6303 MFO 6303 MFI 6303	ПП ТК ПД КВ PC EC	Қаржы институттарындағы маркетинг Маркетинг в финансовых организациях Marketing in Financial Institutions	2	3	5	5	Емтихан Экзамен Exam
SM 6304 SM 6304 IM 6304	ПП ТК ПД КВ PC EC	Сақтандыру маркетинг Страховой маркетинг Insurance marketing	2	3	5	5	Емтихан Экзамен Exam
SM 2502	Әлеуметтік маркетинг / социальный маркетинг / Social Marketing						
AM 6301 SM 6301 SM 6301	ПП ТК ПД КВ PC EC	Әлеуметтік маркетинг Социальный маркетинг Social Marketing	2	3	5	5	Емтихан Экзамен Exam
BAZh 6302 SOB 6302 SRB 6302	ПП ТК ПД КВ PC EC	Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі Социальная ответственность бизнеса The Social Responsibility of Business	2	3	5	5	Емтихан Экзамен Exam
Теориялық оқыту / Теоретическое обучение / Theoretical studies			3	29	29		
Оқытудың қосымша түрлері / Дополнительные виды обучения / Additional types of training							
SRWMDSIPWRP 2704	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз / Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации / Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper						

MGZZhMDOKTBB U (III) 6404 NIRMVMD (III) 6404 SRWMDSIPWRP (III) 6404	ОҚТ ДВО АКТ	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз - III Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации - III Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper - III	2	3	1	1	Емтихан Экзамен Exam
Барлығы семестр / Итого за семестр / Total for semester			3	30	30		
Оқытудың қосымша түрлері / Дополнительные виды обучения / Additional types of training							
SRWMDSIPWRP 2701	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз / Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации / Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper						
MGZZhMDOKTBB U (IV) 6401 NIRMVMD (IV) 6401 SRWMDSIPWRP (IV) 6401	ОҚТ ДВО АКТ	Магистранттың ғылыми зерттеу жұмысы, магистірлік диссертацияны орындаумен қоса, теориялық білім беруден үзіліссіз - IV Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации - IV Scientific and research work of Master's Degree Student including the process of writing the research paper - IV	2	4	18	18	Емтихан Экзамен Exam
FE 2702	Қортынды аттестация / Итоговая аттестация / Final examination						
КА 6401 IA 6401 FE 6401	ОҚТ ДВО АКТ	Қортынды аттестация Итоговая аттестация Final examination	2	4	12	12	Емтихан Экзамен Exam
Барлығы семестр / Итого за семестр / Total for semester			4	30	30		
БАРЛЫҒЫ ТЕОРИЯЛЫҚ ОҚЫТУ ВСЕГО ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБУЧЕНИЕ TOTAL FOR THEORETICAL STUDIES					84	84	
БАРЛЫҒЫ / ВСЕГО / TOTAL					120	120	

Оқу-әдістемелік жұмыс жөніндегі проректор / Проректор по учебно-методической работе / Vice-Rector on educational-methodological work

_____ К.С. Абдиев

Сыртқы байланыстар, халықаралық аккредитация және жоғары оқу орнынан кейінгі білім жөніндегі проректор / Проректор по внешним связям, международной аккредитации и поствузовскому образованию / Vice-Rector for External Relations, International Accreditations and Postgraduate Education

_____ Л.А. Тусупова

Болон үдерісі мен қашықтықтан білім беру орталығының директоры / Директор центра болонского процесса и дистанционного обучения / Director of Center of Bologna process and Distanse Learning

_____ Г.Н. Паршина

Оқу-әдістемелік жұмысы бөлімінің бастығы / Руководитель по учебно-методической работе / Head of educational and methodical work

_____ Г.С. Примбетова

Факультет деканы / Декан факультета / Dean of the Faculty

_____ Д.И. Разакова

**Кафедра менеджмента / Заведующий кафедрой / Head of the
Department**

_____ **А.Т. Тлеубердинова**