

ЭКОНОМИКА ФАКУЛЬТЕТИ

«МАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ЛОГИСТИКА» КАФЕДРАСЫ

Бекітілген  
Ғылыми кеңес отырысында  
«Тұран» Университеті» мекемесі  
№ \_\_ хаттама " \_\_ " \_\_\_\_ 2019 ж.  
ОӘК отырысында мақұлданды  
№ \_\_ хаттама " \_\_ " \_\_\_\_ 2019 г.  
ОӘЖ жөніндегі проректор  
\_\_\_\_\_ Абдиев К. С.

МОДУЛЬДІК БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ

Білім беру бағдарламасының шифры мен атауы: **7M04112 - «Маркетинг»**  
(бейіндік бағыт)

Академиялық дәрежесі: "Маркетинг" мамандығы бойынша экономика және бизнес магистрі" (бейіндік бағыт)

Әзірленді		Келісілді		
Т. А. Ә., лауазымы, ғылыми дәрежесі және атағы		ОӘЖ жөніндегі проректор	Абдиев К.С.	
Разакова Д. И., э.ғ.к., доцент, "Маркетинг және логистика" кафедрасының менгерушісі		Сыртқы байланыс, халықаралық аккредитация және жоғарғы оқу орыннан кейінгі білім бойынша проректоры, экономика ғылымдарының докторы, профессор	Тусупова Л.А.	
		АСД директоры	Тусупова С.А.	
		БПО және ҚО директоры	Паршина Г.Н.	
		Факультет деканы	Успанова М. У.	

Қаралды  
«Маркетинг және логистика» кафедрасының отырысында  
Хаттама № \_\_\_\_\_ 2019 ж.

Кафедра менгерушісі \_\_\_\_\_ Разакова Д. И.

Алматы, 2019

## Білім беру бағдарламасының құрылымы

<b>1</b>	<b>Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы</b>	
1.1	Түсіндірме жазба	
1.2	Білім беру бағдарламасының мақсаты	
1.3	Кәсіби қызмет саласының сипаттамасы	
1.4	Білім беру бағдарламасына түсушінің дайындық деңгейіне қойылатын талаптар	
<b>2</b>	<b>Құзыреттілік терминдерінде күтілетін оқыту нәтижелеріне қойылатын талаптар</b>	
2.1	Оқыту нәтижелері	
2.2	Әмбебап (жалпы) құзыреттер	
2.3	Пәндік-мамандандырылған (кәсіптік) құзыреттер	
2.4	Түлектердің біліктілік моделі	
2.5	Оқыту нәтижелерінің матрицасы	
2.6	Құзыреттілік матрицасы	
<b>3</b>	<b>Оқыту нәтижелерін бағалау саясаты (ағымдағы, аралық және қорытынды бақылау)</b>	
<b>4</b>	<b>Білім беру бағдарламасы бойынша оқыту мазмұны</b>	
4.1	Барлық оқу кезеңіне арналған магистратураның білім беру бағдарламасының оқу жоспары (модульдік жүйе бойынша) *	Ф УТ 703–14–19 (магистратура, докторантура)
4.2	Білім беру модульдерінің каталогы (міндетті, жалпыуниверситеттік, элективті)	Ф УТ 705–23–19

Пререквизиттерді, еңбек сыйымдылығын және қызмет түрлері бойынша оқу жүктемесін бөлуді ескере отырып, модульдерді оқу жылдары бойынша бөлуді қамтиды

## **1 Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы**

### **1.1 түсіндірме жазба**

Қазақстан Республикасының мемлекеттік білім беру бағдарламасына сәйкес білім берудің негізгі жалпыұлттық мақсаты сапалы жоғары білім алуға қоғамның, мемлекеттің және жеке тұлғаның мүдделерін қанағаттандыру, әрбір адамға оқытудың мазмұнын, нысанын және мерзімін таңдауда кең мүмкіндіктер беру болып табылады.

Білім беру бағдарламасы таңдалған бағдарлама тұжырымдамасының "Тұран" университетінің миссиясы мен мақсаттарына сәйкестігін көрсетеді, білім алушылар контингентінің ерекшеліктерін, олардың білім беру сұраныстарын, мүмкіндіктері мен қажеттіліктерін анықтайды.

7М04112 – "Маркетинг" дайындау бағыты бойынша магистр даярлаудың білім беру бағдарламасы жоғары оқу орнынан кейінгі білім берудің тиісті бағыты (мамандығы) бойынша мемлекеттік білім беру стандарты негізінде еңбек нарығының талаптарын ескере отырып, "Тұран" университеті әзірлеген және бекіткен құжаттар жүйесі болып табылады.

Білім беру бағдарламасы білім беру үдерісін іске асырудың мақсаттарын, күтілетін нәтижелерін, мазмұнын, шарттары мен технологияларын, осы дайындық бағыты бойынша бітірушінің дайындық сапасын бағалауды регламенттейді және оған: оқу жоспары, оқу курстарының жұмыс бағдарламалары, пәндер, пәндер (модульдер) және білім алушыларды даярлау сапасын қамтамасыз ететін басқа да материалдар, сондай-ақ практика бағдарламалары, күнтізбелік оқу кестесі және тиісті білім беру технологиясын іске асыруды қамтамасыз ететін әдістемелік материалдар кіреді.

Білім беру бағдарламасы Қазақстан Республикасының жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру саласындағы нормативтік-құқықтық базаны есепке ала отырып құрастырылған.

Білім беру бағдарламасының құрылымында оқу нәтижелері көрсетілген, бітірушінің біліктілік деңгейлері мен негізгі құзыреттіліктері сипатталған.

### **1.2 білім беру бағдарламасының мақсаттары**

7М04112 – "Маркетинг" дайындау бағыты бойынша магистрлерді даярлаудың білім беру бағдарламасы магистранттарда әлеуметтік-тұлғалық, Soft Skills (инструменталды, жүйелік) және кәсіби құзыреттіліктерін ұйым және жеке кәсіпкерлердің маркетингтік қызметі саласында дайындықтың осы бағыты бойынша МЖМБС талаптарына сәйкес қалыптастыруға және осы негізде магистранттарда жеке қасиеттерін дамытуға, сонымен қатар бітірушіге экономикалық қызметтің таңдалған саласында табысты жұмыс істеуге мүмкіндік беретін жалпы ғылыми және кәсіби құзыреттіліктерін қалыптастыруға бағытталған.

"Тұран" университетінің білім беру саласындағы саясаты білім беруді дамытудың 2011-2015 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру аясында әзірленген, "Тұран" университетінің дамуының негізгі бағыттарын, мақсаттары мен міндеттерін, принциптерін, саясаты мен миссиясын анықтайтын бағдарламалық құжат болып табылады: "қоғам игілігі үшін Мәдениет, Білім және ғылым" әлемдік деңгейдегі білім беру және ғылыми-зерттеу мекемелерін жаңғырту және жедел қалыптастыру жолында.

"Маркетинг" білім беру бағдарламасының миссиясы - магистрде жалпы (базалық) және кәсіби құзыреттерді, маркетинг саласындағы ғылыми-зерттеу және жобалау, ақпараттық-талдау, педагогикалық, практикалық қызметті жүзеге асыру дағдыларын қалыптастыру, сондай-ақ бизнес-процестерді басқару және олардың тиімділігін бағалау үшін талдау материалдарын дайындау.

7М04112 - "Маркетинг" білім беру бағдарламасының мақсаты ҚР МЖМБС және осы мамандық бойынша Типтік оқу жоспарын жүзеге асыруды қамтамасыз ету және осының негізінде магистранттарда тұлғалық қасиеттерін дамыту, сонымен қатар, стратегиялық маркетингтік шешімдерді қабылдауға, ҒЗТКЖ коммерцияландырумен

байланысты ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерге қатысуға, инновациялық қызметті ынталандыруға ықпал ететін маркетингтік қызмет саласындағы стандарттардың талаптарына сәйкес жалпы мәдени (әмбебап) және кәсіби құзыреттілікті қалыптастыру болып табылады.

Магистрлік бағдарламаның негізгі міндеттері:

– Бейінді дайындық кезінде-магистранттардың экономика мен маркетингтің қазіргі заманғы бағыттары бойынша білім алуы, маркетинг саласындағы теориялық және тәжірибелік тереңдетілген дайындық, интеллектуалдық дамудың жоғары деңгейін қамтамасыз ететін аса маңызды және тұрақты білімді игеру, адамгершілік, этикалық және құқықтық нормаларды, ойлау мәдениетін игеру, шығармашылық әлеуетті, бастамалар мен жаңашылдықты дамыту, білім алушылардың ішкі және халықаралық еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілігін арттыру.;

- ғылыми және педагогикалық дайындық кезінде-ғылым және педагогикалық қызмет саласында терең теориялық және практикалық дайындық алу, ғылыми зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу дағдыларын алу, докторантурада ғылыми жұмысты жалғастыру үшін қажетті бөлім алу, ЖОО педагогикасы мен психологиясы саласында қажетті білім, білік және дағды, сондай-ақ ЖОО-да оқыту тәжірибесін алу.

Тәрбие саласында 7М04112 – "Маркетинг" білім беру бағдарламасының мақсаты: магистранттардың шығармашылық белсенділігіне, жалпы мәдени өсуіне және әлеуметтік ұтқырлығына, жеке және ұжымда жұмыс істей білуіне, жауапкершілігіне, дербестігіне, азаматтығына, этикалық құндылықтарға бейімділігіне, мақсатқа жетудегі мақсаткерлігіне және табандылығына ықпал ететін жеке қасиеттерін дамыту болып табылады.

Кәсіби дайындық саласында осы білім беру бағдарламасының мақсаты бітірушіге экономикалық қызметтің таңдалған саласында табысты жұмыс істеуге және еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болуға мүмкіндік беретін негізгі құзыреттіліктерді қалыптастыру болып табылады.

**7М04112 - "Маркетинг" білім беру бағдарламасының бірегейлігі** бағдарламаның практикаға бағытталуынан, бизнес-білім беруді интеграциялаудан (ББ әзірлеуге бизнес-құрылым өкілдері, тәжірибе-мамандар, сарапшылар, компания басшылары белсенді қатысады) және маркетинг саласындағы қазіргі заманғы білім трендтеріне сәйкес келеді. Білім алушылар қазақстандық Маркетинг Қауымдастығының қызметіне белсенді тартылған, сондай-ақ қауымдастық өкілдері практикалық сабақтар, тренингтер, мастер-кластар, семинарлар жүргізеді.

«Маркетинг» " ББ ерекшеліктері мен артықшылықтары»:

- қазіргі нарық талаптарына және жұмыс берушілердің сұранысына сәйкес білім беру бағдарламасының инновациялық курстары: магистратурада - "Инновациялық маркетинг", "Практикалық маркетинг", "Әлеуметтік маркетинг", "Нейромаркетинг", "Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары»;

- негізгі құзыреттілікті қалыптастыруға ықпал ететін оқытудың интерактивті әдістерін қолдану (интерактивті дәрістер, жарнамалық бейнероликтер, кейс-стадиялар, рөлдік және іскерлік ойындар, презентациялар, бизнес-жобалар);

- практикаға бағытталған оқыту (мастер-класстар, қонақ және екілік дәрістер, практик-мамандарды шақыра отырып, коммерциялық құрылымдарда көшпелі сабақтар, компанияға экскурсиялар, жетекші фирмалардың практикалаушы маркетингтерін, сондай-ақ ҚМҚ өкілдерін сабақ жүргізуге тарту;

- оқу үрдісінде компьютерлік технологияларды қолдану (онлайн режимінде тестілеу kahoot.it, Adobe connect бағдарламалық қамтамасыз ету базасында онлайн режимінде сабақ жүргізу, қолданбалы оңтайландыру міндеттерін шешу және Excel бағдарламасында іскерлік ойын өткізу, Marketing Expert бағдарламасын пайдалана отырып маркетингтік талдау жүргізу, Econom және U-3 Тестілеу бағдарламаларын пайдалана отырып компьютерлік тестілеу, онлайн сауалнама жүргізу үшін Google интернет-құралын пайдалану;

-ҚМҚ аясында өткізілетін ғылыми-зерттеу конференцияларына және дөңгелек үстелдерге, "Turan Innovations" бизнес-жобалар конкурсына, "Жас Тұран" студенттік ғылыми конференциясына магистранттардың белсенді қатысуы, "Маркетинг және логистика" кафедрасының ғылыми жобаларын әзірлеуге оқушыларды тарту»;

- "Маркетинг" мамандығының оқу жоспарын қос дипломды білім беру бағдарламаларын жүзеге асыру үшін шетелдік жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларымен үйлестіру;

-практикалық тапсырмаларды, баспасөз конференцияларын, презентацияларды, бизнес-жобаларды және т. б. орындау барысында оқушылардың креативті, шығармашылық ойлауын қалыптастыру және дамыту, бұл тиімді және тиімді маркетингтік шешімдерді, соның ішінде стандартты емес және бірегей шешімдерді қабылдауға ықпал етеді.;

- "Тұран" Университеті түлектерінің "Маркетинг" мамандығы бойынша жоғары біліктілігі мен кәсіби біліктілігі бар, жұмысқа орналасу пайызымен расталады.

### **1.3 Кәсіби қызмет саласының сипаттамасы**

Магистрдің кәсіби қызмет саласы:

кәсіпкерлік қызмет саласы, нарықты зерттеуді, инновациялық кәсіпкерлікті, бизнесті жүргізуді қамтитын;

коммерциялық емес ұйымдардың нысаналы аудиториялармен жұмыс істеу бөлігіндегі Қызмет саласы;

нарықтық қатынастарды реттеу, халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыру және кәсіпкерлікті дамыту бөлігінде билік органдары (мемлекеттік және жергілікті басқару) мен халықаралық ұйымдар қызметінің саласы.

Түлектер іс жүзінде қызмет саласында түрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы ұйымдардың қызметтерінде, бөлімдерінде, басқармаларында (кәсіпкерлік, маркетингтік немесе ақпараттық профильдерде) орындаушы немесе басшы ретінде жұмыс істейді, сондай-ақ ғылыми-зерттеу ұйымдарында, жоғары кәсіби білім беру мекемелерінде, мемлекеттік және жергілікті басқару құрылымдарында еңбек етеді.

Түлектер өз ісін жасаушы және дамытушы кәсіпкерлер болып табылады.

Магистрлердің кәсіби қызметінің объектілері: ықпал етуге бағытталған жүйелер, құбылыстар, процестер:

–сатылатын тауарлар, жұмыстар, қызметтер, мүлдік құқықтар (оның ішінде зияткерлік меншікке);

– өнім-технологиялық инновациялар;

– өткізу нарықтары (кәсіпкерлік субъектісі үшін барлық қызығушылық танытатын осы тауар нарығына қатысушылар) және кәсіпкерлік субъектісінің мүддесінде зерттелетін сатып алу нарықтары;

– коммерциялық емес ұйымдардың мүддесінде зерттелетін сатып алу нарықтары, мақсатты аудиториялар (өткізу нарықтарының орнына);

– билік органдары мен халықаралық ұйымдардың мүддесінде зерттелетін нарықтар;

– жергілікті, өңірлік, ұлттық және халықаралық деңгейлерде нарықтық қызметті реттеу процестері;

– кәсіпкерлік субъектілері мен мемлекеттік-жеке меншік әріптестік субъектілерінің бизнес-үдерістері мен бизнес-модельдері;

– маркетингтік коммуникациялар және интернет;

– өткізу арналары және интернет;

–маркетинг және интернет ақпараттық жүйелері;

– корпоративтік мәдениет және клиенттермен өзара қарым-қатынасты басқару жүйесі;

– түрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы ұйымдардың, жеке кәсіпкерлердің, ұйымдар бірлестіктерінің немесе жеке кәсіпкерлердің маркетингтік қызметін басқару процестері.

Магистр кәсіби қызметтің келесі түрлеріне дайын болуы тиіс:

– коммерциялық;

– сауда-делдалдық;

– коммуникациялық;

– ұйымдастырушылық-басқарушылық;

– ақпараттық-талдау (қызметтің басқа түрлерін орындау мақсатында));

ғылыми-зерттеу және жобалау;

– педагогикалық.

#### **1.4 білім беру бағдарламасына түсушінің дайындық деңгейіне қойылатын талаптар**

Магистратураға түсу үшін талапкердің мемлекеттік үлгідегі бакалавр/маман/магистр дипломы болуы, шет тілінен мемлекеттік емтихан тапсыруы, сондай-ақ оқуға түсу сынақтарын өткізу үшін жасалған сұрақтарға жауап беруге дайын болуы тиіс.

Оқуға түсу сынақтарының нәтижелері негізінде конкурстық іріктеуді ескере отырып, талапкерге қойылатын қосымша талаптар ретінде оқуға түсушілер туралы келесі ақпаратты назарға алуға болады: өтініштер/ұсынымдар, алғыс хаттар, грамоталар, кепілдемелер, мақсатты бағыттар және т.б.

Қабылдау ережелері жыл сайын университеттің Ғылыми кеңесінің шешімімен белгіленеді. Қажетті құжаттар тізімі университетке қабылдау ережелерімен анықталған.

7M04112 – "Маркетинг" ББ бойынша магистратураға түсуші талапкерлер үшін базалық және кәсіби пәндер осы мамандық бойынша бакалавриаттың білім беру бағдарламасының міндетті компонентінің: Макроэкономика, Маркетинг, Маркетингтік Зерттеулер, Маркетингті басқару.

## **2 Құзыреттілік терминдерінде күтілетін оқыту нәтижелеріне қойылатын талаптар**

### **2.1 Оқу нәтижелері**

7M04105 - "Маркетинг" білім беру бағдарламасы бойынша қол жеткізілген оқу нәтижелері магистр:

– салалық және пәнаралық ұжымдарды басқару, корпоративтік менеджментті жүзеге асыру, өзін-өзі бақылауға және басқаларды бақылауға қабілетті (ОН1);

– толық емес немесе шектеулі Ақпарат кезінде стандартты емес жағдайларда өздігінен оқуға, әлеуметтік бейімделуге, шешімдер қабылдауға қабілетті (ОН2);

– ғылыми зерттеулер, жобалық қызмет жүргізуге, алынған нәтижелерді өз бетінше талдауға және ұсынуға қабілетті (ОН3);

– сыртқы ортаны жақсарту үшін идеяларды, қол жеткізілген нәтижелер мен инновацияларды ілгерілетуге қабілетті (ОН4);

– зерттелетін саладағы мәселелерді анықтауға, жүйелі ойлау негізінде үнемді өндірістің әлеуметтік жауапкершілігін ескере отырып, стратегияларды, тәсілдерді және оларды шешу жолдарын анықтауға қабілетті (ОН5);

– жаңа және жаңа ғылыми тұжырымдамалар мен теорияларды қолдана отырып, кәсіби саладағы және пәнаралық контексте мәселелерді шешуге қабілетті (ОН6);

– ғылыми білімдер мен әдіснамалардың синтезі мен интеграциясы негізінде инновациялық өнім жасау үшін жеке ғылыми зерттеу жүргізуге, Кәсіби саладағы ғылымның жаңа жетістіктері контекстінде жобалық қызметті жүзеге асыруға қабілетті (ОН7);

– ғылыми жазу және коммуникация дағдыларын меңгерген, өз тұжырымдарын дәлелдей алады, оларды кәсіби пікірталастарда қорғай алады (ОН8);

– компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыруға, маркетингтік стратегияларды, тауарлық, бағалық, өткізу және коммуникативтік саясатты әзірлеуге және іске асыруға қабілетті □ ОН9);

– маркетингтік зерттеулер жүргізу, деректерді жинау және өңдеу, талдау есептерін дайындау (ОН10);

– кешенде презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар өткізу, жеке сатуды ұйымдастыру, көрмелер, жәрмеңкелер өткізу дағдыларын меңгерген, өткізуді ынталандыру құралдарын (ОН11) пайдалана алады.

Білім беру бағдарламасын меңгеру нәтижелері бітірушінің алған құзыреттіліктерімен анықталады, яғни оның кәсіби қызметтің міндеттеріне сәйкес білімді, дағдыларды, іскерлікті және жеке қасиеттерін қолдану қабілеттілігімен анықталады.

7M04112 - "Маркетинг" білім беру бағдарламасының түлегі келесі құзыреттермен.

## **2.2 Әмбебап (жалпы) құзыреттер**

### *2.1.1 әлеуметтік-тұлғалық:*

– қоршаған ортамен өзара іс-қимыл жасай білу, әріптестермен кооперацияға, командада жұмыс істеуге дайын болу (ЖҚ1);

– тілдік дағдылар және өзге тілді ортада бейімделу қабілеті, тиімді кәсіби қызметті қамтамасыз ететін деңгейде шет тілдерінің бірін білу (ЖҚ2);

– басқару дағдылары және көшбасшы бола білу, қатесіз қарым-қатынас жасау, командада жұмыс істеу, стандартты жағдайларда шешім табу дағдылары (ЖҚ3).

### *2.1.2 Soft Skills (құралдық, жүйелік):*

– ғылыми зерттеу тақырыбының өзектілігі мен маңыздылығын негіздеу, жүргізілген зерттеу нәтижелерін ғылыми жұмыс түрінде ұсыну (ЖҚ4);

– сандық талдау және модельдеу, теориялық және эксперименттік зерттеу әдістерін меңгеру ЖҚ5);

– ұйымдастыру-басқару шешімдерін табу және оларға жауапкершілік алуға, басқарушылық шешімдер мен маркетингтік жобалардың тиімділігін бағалау қабілеті (ЖҚ6).

## **2.3 Пәндік-мамандандырылған (кәсіби) құзыреттер**

7M04112 және 7M04105 – "Маркетинг" мамандығы бойынша бітірушінің кәсіпқойлығы оның құзыреттіліктерімен анықталады:

– ұйымдарды, бөлімшелерді, командаларды (қызметкерлерді), бизнес-процестерді басқару, оңтайлы басқарушылық Маркетингтік Шешімдер қабылдау қабілеті (КҚ1);

– компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыра білу, маркетинг тәжірибесінде тауарлық, баға, өткізу және коммуникативтік саясатты әзірлеу және іске асыру (КҚ 2);

– компанияның маркетингтік қызметіне инновацияларды генерациялау және енгізу, маркетинг ұстанымдарында инновациялық жобаларды іске асыру қабілеті (КҚ3);

– презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар кешенінде өткізу, жеке сатуды, көрмелерді, жәрмеңкелерді ұйымдастыру дағдылары, өткізуді ынталандыру құралдарын қолдана білу (4);

– техникалық тапсырманы әзірлеуді, деректерді жинау мен өңдеуді, талдамалық есептерді дайындауды қоса алғанда, маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдылары (КҚ5);

– әлеуметтік мәселелер мен міндеттерді шешу үшін қазіргі заманғы маркетингтік құралдарды қолдану, әлеуметтік бағыттағы технологияларды қолдану, ұйымның әлеуметтік жауапкершілік стратегиясын, серіктестік және ынтымақтастық бағдарламаларын әзірлеу және іске асыру дағдылары (КҚ6)

## 2.4 7M04112-Маркетинг білім беру бағдарламасы түлектерінің біліктілік моделі

"Маркетинг" ББ магистратура түлегі қызметінің мақсаты ұйымның маркетингтік қызметін табысты жүзеге асыруды және тиімді басқаруды қамтамасыз ететін бизнесті жүргізуге шаралар мен тәсілдер кешенін әзірлеу және іске асыру болып табылады.

Кәсіби стандарттарға сәйкес 7M04112 – "Маркетинг" ББ бітірушінің біліктілік моделі 1-қосымшада берілген.

### 7M04112 – "Маркетинг" ББ түлектің біліктілік моделі

Құзыреттіліктер		Бітіруші тұлғасының берілген қасиеттері (Дағдылар мен іскерліктер)	Құзыреттіліктер коды
Әмбебап (жалпы) құзыреттер	Әлеуметтік-тұлғалық	Қоршаған ортамен өзара іс-қимыл жасай білу, әріптестермен кооперацияға, командада жұмыс істеуге дайын болу	ЖҚ1
		Тілдік дағдылар және өзге тілді ортада бейімделу қабілеті, тиімді кәсіби қызметті қамтамасыз ететін деңгейде шет тілдерінің бірін білу	ЖҚ 2
		Басқару дағдылары және көшбасшы бола білу, қатесіз қарым-қатынас жасау, командада жұмыс істеу, стандартты жағдайларда шешімдер табу дағдылары	ЖҚ3
	Soft Skills (құралдық, жүйелік)	Ғылыми зерттеу тақырыбының өзектілігі мен маңыздылығын негіздеу, жүргізілген зерттеу нәтижелерін ғылыми жұмыс түрінде көрсете білу	ЖҚ4
		Сандық талдау және модельдеу, теориялық және эксперименттік зерттеу әдістерін меңгеру	ЖҚ5
		Ұйымдастыру-басқару шешімдерін табу қабілеті және оларға жауапкершілік алуға дайын болу, басқару шешімдері мен маркетингтік жобалардың тиімділігін бағалау	ЖҚ6
Пәндік-мамандандырылған (кәсіптік) құзыреттер	Ұйымдарды, бөлімшелерді, командаларды (қызметкерлерді), бизнес-процестерді басқару, оңтайлы басқарушылық маркетингтік шешімдер қабылдау қабілеті	КҚ1	
	Компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыра білу, маркетинг тәжірибесінде тауарлық, баға, өткізу және коммуникативтік саясатты әзірлеу және іске асыру	КҚ2	
	Компанияның маркетингтік қызметіне инновацияларды генерациялау және енгізу, маркетинг қағидаттарында инновациялық жобаларды іске асыру қабілеті	КҚ3	
	Презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар кешенінде өткізу, жеке сатуды, көрмелерді, жәрмеңкелерді ұйымдастыру, өткізуді ынталандыру құралдарын пайдалана білу	КҚ4	
	Техникалық тапсырманы әзірлеуді, деректерді жинау мен өңдеуді, талдамалық есептерді дайындауды қоса алғанда, маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдылары	КҚ5	
	Әлеуметтік мәселелер мен міндеттерді шешу, әлеуметтік бағыттағы технологияларды қолдану,	КҚ6	



	<p>ұйымның әлеуметтік жауапкершілік стратегиясын, серіктестік және ынтымақтастық бағдарламаларын әзірлеу және іске асыру үшін қазіргі заманғы маркетингтік құралдарды қолдану дағдысы</p>	
--	---	--

### **2.5 Оқу нәтижелерінің матрицасы**

7M04112 – "Маркетинг" ББ магистрін оқыту нәтижелерінің матрицасы 2-қосымшада берілген.

### **2.6 құзыреттілік матрицасы**

7M04112-"Маркетинг" ББ бойынша бітіруші – магистр құзыреттілігінің матрицасы 3-қосымшада берілген.

## **3 Оқу нәтижелерін бағалау саясаты (ағымдағы, аралық және қорытынды бақылау)**

Білім алушылардың үлгерімін ағымдағы бақылау 7M04112 - "Маркетинг" ББ- бұл оқытушы ағымдағы дәрістік, практикалық, МӨЖ сабақтарында, оқу бағдарламасына сәйкес аудиториялық сабақтар кестесіне сәйкес жүргізетін білім алушылардың білімін және МОӨЖ нәтижелерін жүйелі, күнделікті және апта сайын тексеру.

Білім алушылардың үлгерімін аралық бақылау - бұл оқытушы семестрдің 8 және 15 апта сабақтарында жүргізетін, оқылатын пәннің бөлімдерін, модульдерін, блоктарын және т.б. оқу нәтижелері бойынша білім алушылардың оқу жетістіктерін тексеру және ағымдық бақылау қорытындысын шығару.

Магистратураның білім беру бағдарламасын бітірушілерді қорытынды мемлекеттік аттестаттау міндетті болып табылады және білім беру бағдарламасын толық көлемде игергеннен кейін жүзеге асырылады. ҚМА қамтиды:

1. Маркетинг бойынша пәнаралық мемлекеттік емтихан тапсыру.
2. Бітіруші біліктілік жұмысын – магистрлік диссертацияны/жобаны қорғау.

## **4 Білім беру бағдарламасы бойынша оқыту мазмұны**

4.1 Магистратураның білім беру бағдарламасының оқу жоспары (модульдік жүйе бойынша) барлық оқу кезеңіне 5-қосымшада келтірілген.

4.2 Элективті модульдер каталогы (міндетті, жалпы университеттік, элективті) 5-қосымшада келтірілген.

## 1-қосымша

## 7M04112 - "Маркетинг" мамандығы түлектерінің біліктілік моделі

Кәсіби қызмет түрі	Еңбек функциялары	Біліктілік талаптары	Лауазымдар атауы	Біліктілік деңгейі
Маркетинг кешенінің құралдарын пайдалану арқылы маркетингтік бағдарламаларды әзірлеу және іске асыру	Инновациялық тауарларды (қызметтерді) әзірлеу және енгізу, брендтерді құру және оларды ұйымда басқару	<p><b>1.Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– инновациялық тауарларды (қызметтерді) әзірлеу және енгізу;</li> <li>– ұйымда материалдық емес активтерді (брендтерді) құру және оларды басқару;</li> <li>–тауарлардың (қызметтердің) жаңа тұтынушыларын тарту жөніндегі іс-шаралар кешенін әзірлеу және іске асыру);</li> <li>– ұйымның ассортименттік саясатын іске асыру және жетілдіру;</li> <li>–тауарлар (қызметтер, брендтер) саласында коммуникациялық (жарнамалық) кампаниялар өткізу);</li> <li>–ұйымның фирмалық стилін жасау;</li> <li>–ұйымның тауарларына (қызметтеріне, брендтеріне) тұтынушылық ниеттестікті арттыру бағдарламаларын іске асыру;</li> <li>–тауарларға (қызметтерге, брендтерге) қатысты маркетингтік шешімдерді қабылдау үшін ұсыныстар дайындау</li> </ul> <p><b>2. Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– инновацияның маркетингтік құрамдастары, инновациялық тауарлар (қызметтер), материалдық емес активтер (брендтер) саласындағы түсінік аппараты;</li> <li>– бренд-менеджменттің принциптері мен құралдары;</li> <li>– тауарларды (қызметтерді), материалдық емес активтерді (брендтерді) тестілеу рәсімдері);</li> <li>– статистикалық есептерді орындау үшін қолданбалы офистік бағдарламаларды пайдалану әдістері;</li> <li>– тауардың өмірлік циклі (қызметтер);</li> <li>– ұйымның тауар саясатын басқару;</li> <li>– ұйым тауарларының (қызметтерінің) бәсекеге қабілеттілігінің өлшемдері</li> </ul> <p><b>3. Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ұйым тауарлары мен қызметтерінің ассортиментін қалыптастыру;</li> <li>– жаңа тауарлар (қызметтер) құру идеяларын жасау);</li> <li>– инновациялық тауарларды (қызметтерді, брендтерді) тестілеуді өткізу);</li> <li>– ұйым тауарларының (қызметтерінің) бәсекеге қабілеттілігін бағалау және арттыру;</li> <li>– ұйым брендіннің құнын бағалауды жүргізу;</li> <li>– ұйым брендбук әзірлеу;</li> <li>– табысты брендтерді жобалық басқару құралдарын пайдалану</li> </ul>	Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг маманы, бренд-менеджер, product-менеджер	Магистр  7 ҰБШ деңгейі
	Ұйымда баға	<b>1.Функциялары:</b>	Маркетинг	Магистр

	<p>белгілеу саясатын әзірлеу, енгізу және жетілдіру</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ұйымда баға саясатын әзірлеу;</li> <li>– өнімнің өзіндік құнының калькуляциясы;</li> <li>– ұйым тауарларының (қызметтерінің) бағаларын қалыптастыру әдістерін қолдану;</li> <li>– бәсекеге қабілетті баға стратегияларын әзірлеу;</li> <li>–баға жеңілдіктерін пайдалана отырып, ұйымның тауарларын (қызметтерін) өткізуді ынталандыру жүйесін енгізу;</li> <li>– ұйымда баға белгілеу саясатын жетілдіру</li> </ul> <p><b>2.Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–Қазақстан Республикасының заңнамасы, стандарттар, этикалық қағидаттар, ұйымдардың бағалары мен баға саясатын реттейтін;</li> <li>– баға түрлері, олардың экономикалық сипаттамасы және ерекшеліктері;</li> <li>–Инкотермс 2017 жеткізу базистік шарттары;</li> <li>– баға стратегиясы;</li> <li>– баға белгілеу әдістері;</li> <li>– маркетингтік баға белгілеу құралдары (үстемелер мен жеңілдіктер, тауар алмасу есебі, бағаға коммерциялық түзетулер, баға индексациясы, бағаның сырғуы)</li> </ul> <p><b>3.Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тауарларға (көрсетілетін қызметтерге) бәсекелестік баға саясатын әзірлеу);</li> <li>– шығынсыз баға нүктесін есептеу;</li> <li>–ұйым тауарларының (қызметтерінің) оңтайлы бағасын анықтау;</li> <li>–баға стратегиясын таңдау және іске асыру;</li> <li>–салыстыруға нарықтық бағаларды және бәсекелестердің бағасы тауарлар (көрсетілетін қызметтер);</li> <li>–тауарларды (көрсетілетін қызметтерді) өткізуді ынталандыру мақсатында баға жеңілдіктерін қолдану);</li> <li>– баға бойынша маркетингтік зерттеулер жүргізу.</li> </ul>	<p>бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, бренд-менеджер, product-менеджер</p>	<p>7 ҰБШ деңгейі</p>
	<p>Ұйымда тарату (дистрибуция) жүйесін және өткізу саясатын әзірлеу, енгізу және жетілдіру</p>	<p><b>1. Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–өнім берушілермен, инвесторлармен және ұйымның өзге де серіктестерімен өзара іс-қимыл жасау үшін бөлу (дистрибуция) қаражаты мен арналарын қалыптастыру;</li> <li>–ұйымда кешенді тарату жүйесін әзірлеу (дистрибуция);</li> <li>–ұйымның өткізу саясатын әзірлеу және іске асыру;-</li> <li>–ұйымда бөлу (дистрибуция) жүйесін жетілдіру.</li> </ul> <p><b>2.Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–бөлу және өткізу арналары;</li> <li>–ұйымның өткізу саясатын басқару;</li> <li>– Қазақстан Республикасының заңнамасы және маркетингтік қызмет саласындағы халықаралық құқық, ұйымның өткізу және сауда қызметін реттейтін стандарттар мен этикалық қағидаттар;</li> <li>– тиімді сауда әдістері;</li> <li>– жеке сату техникасы;</li> </ul>	<p>Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, сату менеджері, өткізу бөлімінің бастығы, трейд-менеджер, интернет-маркетолог</p>	<p>Магистр 7 ҰБШ деңгейі</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– мерчандайзинг қағидалары мен ережелері;</li> <li>– онлайн сату және интернет-дүкендер.</li> </ul> <p><b>3. Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тарату жүйесі бойынша ақпаратпен және дерекқорлармен жұмыс істеу;</li> <li>– тиімді тарату арналарын (дистрибуция) және делдалдарды таңдауды жүзеге асыру;</li> <li>– ұйымда тарату (дистрибуция) арналарын құру;</li> <li>– тарату арналарының (дистрибуция) нәтижелілігін бағалау);</li> <li>– ұйымның өткізу саясатына талдау және бағалау жүргізу;</li> <li>– тауарлар мен қызметтерді сатуды басқару;</li> <li>– сату әдістері мен техникасын пайдалану</li> </ul>		
	<p>Ұйымда маркетингтік коммуникация жүйесін әзірлеу, енгізу және жетілдіру</p>	<p><b>1.Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ұйымда маркетингтік коммуникация жүйесін әзірлеу;</li> <li>– ұйымда коммуникациялық кампанияларды әзірлеу және өткізу;</li> <li>–ұйымның тауарлары мен қызметтерін тұтынушылармен коммуникация арналарын қалыптастыру;</li> <li>–мекеменің фирмалық стилі мен жарнамалық өнімдерін қалыптастыру бойынша техникалық тапсырмалар мен ұсыныстарды әзірлеу;</li> <li>–ұйымның имиджі мен іскерлік беделін қалыптастыру;</li> <li>– жұртшылықпен байланыс бойынша іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу;</li> <li>– сатуды ынталандыру бойынша жарнамалық акциялар әзірлеу және өткізу;</li> <li>–интернет жарнама және SMM пайдалану;</li> <li>–қатысу, жәрмеңкелер мен көрмелерге;</li> <li>– тікелей маркетинг құралдарымен жұмыс</li> </ul> <p>;– басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін маркетингтік коммуникация жүйесін жетілдіру бойынша ұсыныстар дайындау.</p> <p><b>2.Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– маркетингтік коммуникация құралдары;</li> <li>–ұйымның ақпараттық-коммуникациялық және жарнамалық қызметін реттейтін стандарттар, этикалық нормалар мен қағидааттар;</li> <li>– жарнама ісін ұйымдастыру;</li> <li>– Қазақстан Республикасының заңнамасы және маркетингтік қызмет саласындағы халықаралық құқық, ұйымның коммуникациялық саясатын реттейтін стандарттар мен этикалық қағидааттар</li> <li>–заманауи жарнамалық технологиялар, жарнама инновациялары, SMM;</li> <li>– интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар;</li> <li>– ATL -, BTL-акциялар;</li> <li>–медиа жоспарлау.</li> </ul> <p><b>3.Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ішкі және сыртқы коммуникациялық нақандарды өткізу;</li> <li>–ұйымның имиджі мен іскерлік беделін қалыптастыру;</li> <li>–ұйымның тауарларын (қызметтерін) нарыққа, оның ішінде Интернет-ресурстарды пайдаланумен (интернет-жарнама, SMM);</li> </ul>	<p>Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, жарнама менеджері, қоғаммен байланыс менеджері, ATL -, BTL-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-маркетолог, event-менеджер</p>	<p>Магистр</p> <p>7 ҰБШ деңгейі</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– коммуникациялық саясат саласындағы ұйымның бизнес-процестерін жақсарту;</li> <li>– стратегиялар деңгейінде ұйымда коммуникация жүйесін құру;</li> <li>– коммуникациялық саясаттың нәтижелілігіне талдау жүргізу;</li> <li>– маркетингтік коммуникация бюджетін қалыптастыру;</li> <li>– презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар өткізу;</li> <li>– медиа жоспар әзірлеу</li> </ul>		
Ұйымның маркетингтік қызметін басқару	Ұйымның маркетингтік стратегиясын қалыптастыру	<p><b>1.Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– компанияның Даму стратегиясы, оның ағымдағы бизнес-процестері және жобалық қызметі шеңберінде маркетингтік қызметтің жұмысын ұйымдастыру;</li> <li>– ұйымда маркетингтік функцияларды орындау үшін стратегиялық жүйені құру және дамыту;</li> <li>– ұйымда маркетингтік функцияларды орындау үшін операциялық жүйені құру және дамыту;</li> <li>– ұйымның маркетингтік қызметінің операциялық және ұйымдық құрылымдарын жүйелі дамыту және оңтайландыру бойынша жұмысқа басшылық ету.</li> </ul> <p><b>2.Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– кешенді маркетингтік зерттеу жүргізу әдістемесі;</li> <li>– тәуекел менеджментінің ерекшеліктері;</li> <li>– бренд менеджмент құралдары;</li> <li>– маркетингтік стратегиялар;</li> <li>– стратегиялық және жедел жоспарлау қағидаттары;</li> <li>– баға белгілеу әдістері мен стратегиялары;</li> <li>– бөлу және өткізу логистикасының принциптері;</li> <li>– жобаларды басқару әдістері.</li> </ul> <p><b>3.Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ұйымның маркетингтік стратегиясын әзірлеу;</li> <li>– ұйымның нәтижелі маркетингтік қызметі үшін нәтижелерді болжау, жоспарлау және жағдай жасау;</li> <li>– ұйым миссиясын анықтау және перспективада қызметтің стратегиялық жоспарын құру;</li> <li>– маркетингтік қызметтің ұйымның басқа бөлімшелерімен өзара іс - қимыл жүйесін құру;</li> <li>– ұйымда баламалы маркетингтік стратегияларды іске асыру</li> </ul>	Маркетинг жөніндегі Вице-президент, коммерциялық директор, маркетинг департаментінің директоры, сату департаментінің директоры, өткізу департаментінің директоры, жарнама және PR департаментінің директоры	Магистр 8 ҰБШ деңгейі
	Компанияның маркетингтік қызметін жоспарлау, ұйымдастыру және бақылау	<p><b>1. Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ұйымның маркетингтік қызметінің жұмысы бойынша ұсыныстарды дайындау және жоспарларды әзірлеу;</li> <li>– ұйымда сату жүйесін маркетингтік қолдау жоспарларын келісу және іске асыру;</li> <li>– ұйымның маркетинг жоспарын келісу және іске асыру;</li> <li>– ұйымның маркетингтік қызметін дамытуды қамтамасыз ету;</li> <li>– ұйымның басшы органдары мен тұлғалары алдында маркетингтік қызметтің жұмысы туралы есептерді дайындау және қорғау;</li> <li>– ұйымның маркетингтік қызметін бақылауды қамтамасыз ету</li> </ul> <p><b>2.Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тәуекел менеджменті құралдары;</li> </ul>	Маркетинг жөніндегі Вице-президент, коммерциялық директор, маркетинг департаментінің директоры, сату департаментінің	Магистр 8 ҰБШ деңгейі

		<p>– бизнес-процестерді басқару әдістері;  – ұйымда білімді басқару процесі;  – өзгерістерді басқару әдістері мен ұйымдастырушылық мүмкіндіктері;  – жобаларды басқару әдістері;  – маркетинг қызметтерін басқарудың ұйымдық құрылымы;  – маркетинг қызметі қызметкерлерін ынталандыру;  – маркетингтік қызмет саласындағы Қазақстан Республикасының заңнамасы және халықаралық құқық □</p> <p><b>3. Дағдылар мен білім:</b>  – ұйымның маркетингтік қызметінің жұмысын жоспарлау;  – тауарларды өткізу жоспарларын әзірлеу);  – іске асырылатын маркетингтік жобалар бюджетін әзірлеу;  – маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу;  – маркетингтік бағдарламалардың нәтижелілігіне талдау және бағалау жүргізу;  – ұйымның маркетингтік қызметін бақылауды жүзеге асыру.</p>	<p>директоры,  өткізу  департаментінің  директоры,  жарнама және PR  департаментінің  директоры</p>	
--	--	---	---	--

Жалпы білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелерінің қалыптасатын құзыреттіліктермен арақатынасының матрицасы

7M04112 - "Маркетинг" (бейінді бағыт) ББ

№	Пән	Жалпы								Кәсіби		
		ОН1	ОН2	ОН3	ОН4	ОН5	ОН6	ОН7	ОН8	ОН9	ОН10	ОН11
		Салалық және пәнаралық ұжымдарды басқару, корпоративтік менеджментті жүзеге асыру, өзін-өзі бақылауға және басқаларды бақылауға қабілетті	Өз бетінше оқуға, әлеуметтік бейімделуге, толық емес немесе шектеулі ақпарат кезінде стандартты емес жағдайларда шешім табуға және қабылдауға қабілетті	Ғылыми зерттеулер, жобалық қызмет жүргізуге, алынған нәтижелерді өз бетінше талдауға және ұсынуды қабілетті	Сыртқы ортаны жақсарту үшін идеяларды, қол жеткізілген нәтижелер мен инновацияларды ілгерілетуге қабілетті	Зерттелетін саладағы мәселелерді анықтауға, жүйелі ойлау негізінде үнемді өндірістің әлеуметтік жауапкершілігін ескере отырып, стратегияларды, тәсілдерді және оларды шешу жолдарын анықтауға қабілетті	Жаңа және жаңа ғылыми тұжырымдамалар мен теорияларды қолдана отырып, кәсіби салада және пәнаралық контексте мәселелерді шешуге қабілетті	Ғылыми білімдер мен әдіснамалардың синтезі мен интеграциясы негізінде инновациялық өнім жасау үшін өзінің ғылыми және бизнес зерттеулерін жүргізуге, ғылымның жаңа жетістіктерінің контекстінде жобалық қызметті жүзеге асыруға қабілетті	Ғылыми жазу және коммуникация дағдыларын, өз тұжырымдарын дәлелдейді	Қабілетті ұйымдастыру маркетингтік компания қызметі, әзірлеу және іске асыру тауарлық, бағалық, өткізу және коммуникациялық саясатын тәжірибеде маркетинг	Маркетингтік зерттеулер жүргізу, деректерді жинау және өңдеу, талдау есептерін дайындау дағдыларын меңгерген	Презентациялар, жарнамалық және PR-акциялар кешенінде өткізу, жеке сатуды, көрмелерді, жәрменкелерді ұйымдастыру, өткізуді ынталандыру құралдарын пайдалана білу дағдыларын меңгерген
1	Басқару психологиясы	+	+									
2	Шет тілі (кәсіби)								+			
3	Менеджмент	+										
4	Жобаларды басқару			+					+			
5	AGILE жобаларын басқару			+					+			
6	Маркетинг-менеджмент	+	+							+		
7	Магистрлік жоба технологиясы			+					+	+		
8	Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары			+					+		+	
9	Интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар				+							+
10	Әлеуметтік маркетинг		+			+						
11	Инновациялық маркетинг				+		+		+			







**«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**

**7M04112 - Маркетинг мамандығы бойынша  
по специальности 7M04112 - Маркетинг  
on specialty 7M04112 - 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 және бизнес магистрі  
Академическая степень: Магистр экономики и бизнеса  
Academic degree: Master of Economics and Business**

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

**Оқу мерзімі: 1 жыл  
Срок обучения: 1 год  
Duration of study: 1 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
<b>Жалпы міндетті модульдер / Общие обязательные модули / General required modules</b>							
<b>FL(P) 1101 Шетел тілі (кәсіби) / Иностраный язык (профессиональный) / Foreign Language (professional)</b>							
ShT(K) 5201 Yа 5201 FL(P) 5201	БП ЖООК БД ВК BC UC	Шетел тілі (кәсіби) Иностраный язык (профессиональный) Foreign Language (professional)	1	1	2	2	Емтихан Экзамен Exam
<b>PM 1102 Басқару психологиясы / Психология управления / Psychology of management</b>							
BP 5202 PU 5202 PM 5202	БП ЖООК БД ВК BC UC	Басқару психологиясы Психология управления Psychology of management	1	1	2	2	Емтихан Экзамен Exam
<b>Man 1103 Менеджмент / Менеджмент / Management</b>							
Men 5203 Men 5203 Man 5203	БП ЖООК БД ВК BC UC	Менеджмент Менеджмент Management	1	1	2	2	Емтихан Экзамен Exam
<b>Кәсіпкерлік модуль / Предпринимательский модуль / Entrepreneurial module</b>							
<b>PMBPS 1404 PMI PMBOK стандартына негізделген жобаларды басқару / Управление проектами на основе стандарта PMI PMBOK / Project management based on PMI PMBOK standard</b>							
PSNzhB 5202 UPOSP 5202 PMBPS 5202	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	1	4	4	Емтихан Экзамен Exam
<b>ABPM 1404 Agile негізіндегі жобаларды басқару / Agile-подход в управлении проектами / Agile-based project management</b>							
ANZhB 5201 APUP 5201 ABPM 5201	БП ТК БД КВ BC EC	Agile негізіндегі жобаларды басқару Agile-подход в управлении проектами Agile-based project management	1	1	4	4	Емтихан Экзамен Exam
<b>Мамандық бойынша модуль / Модуль по специальности / Module by specialty</b>							
<b>MM 1505 Маркетинг-менеджмент / Маркетинг-менеджмент / Marketing-management</b>							
MM 5302 MM 5302 MM 5302	ПП ЖООК ПД ВК PC UC	Маркетинг-менеджмент Маркетинг-менеджмент Marketing-management	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
<b>TMP 1506 Магистрлік жоба технологиясы / Технология магистерского проекта / Technology of Master's project</b>							
MZht 5301 TMP 5301 TMP 5301	ПП ЖООК ПД ВК PC UC	Магистрлік жоба технологиясы Технология магистерского проекта Technology of Master's project	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
<b>MT (1) 1507 Маркетинг құралдары 1 / Инструменты маркетинга 1 / Marketing Tools 1</b>							
AM 5303 SM 5303 SM 5303	ПП ТК ПД КВ PC EC	Әлеуметтік маркетинг Социальный маркетинг Social Marketing	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
IM 5304 IM 5304 IM 5304	ПП ТК ПД КВ PC EC	Инновациялық маркетинг Инновационный маркетинг Innovation Marketing	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
<b>MT (2) 1507 Маркетинг құралдары 2 / Инструменты маркетинга 2 / Marketing Tools 2</b>							
MZZT 5301 STMI 5301 MMRT 5301	ПП ТК ПД КВ PC EC	Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары Современные технологии маркетинговых исследований Modern marketing research technologies	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam
BMK 5302 IMK 5302 IMC 5302	ПП ТК ПД КВ PC EC	Біріктірілген маркетингтік коммуникациялар Интегрированные маркетинговые коммуникации Integrated Marketing Communications	1	1	5	5	Емтихан Экзамен Exam

<b>Теориялық оқыту / Теоретическое обучение / Theoretical studies</b>			<b>1</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		
<b>Барлығы семестр / Итого за семестр / Total for semester</b>			<b>1</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		
<b>Мамандық бойынша міндетті модуль / Обязательный модуль по специальности / Mandatory module in the specialty</b>							
<b>PI 1201</b>	<b>Өндірістік практика / Производственная практика / Practical Internship</b>						
OP 5303 PP 5303 PI 5303	ПП ЖООК ПД ВК РС УС	Өндірістік практика Производственная практика Practical Internship	1	2	5	5	Емтихан Экзамен Exam
<b>Теориялық оқыту / Теоретическое обучение / Theoretical studies</b>			<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>		
<b>Оқытудың қосымша түрлері / Дополнительные виды обучения / Additional types of training</b>							
<b>ERWMDSIPWP 1701</b>	<b>Магистранттың эксперименталды зерттеу жұмысы, магистрлік жобаны орындауды қоса алғанда / Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерского проекта / Experimental and research work of Master's Degree Student including the process of writing the project</b>						
MEZZhMZhOKA 5401 EIRMVMP 5401 ERWMDSIPWP 5401	ОҚТ ДВО АКТ	Магистранттың эксперименталды зерттеу жұмысы, магистрлік жобаны орындауды қоса алғанда Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерского проекта Experimental and research work of Master's Degree Student including the process of writing the project	1	2	13	13	Емтихан Экзамен Exam
<b>FE 1711</b>	<b>Қортынды аттестация / Итоговая аттестация / Final examination</b>						
КА 5401 IA 5401 FE 5401	ОҚТ ДВО АКТ	Қортынды аттестация Итоговая аттестация Final examination	1	2	12	12	Емтихан Экзамен Exam
<b>Барлығы семестр / Итого за семестр / Total for semester</b>			<b>2</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		
<b>БАРЛЫҒЫ ТЕОРИЯЛЫҚ ОҚЫТУ ВСЕГО ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБУЧЕНИЕ TOTAL FOR THEORETICAL STUDIES</b>					<b>35</b>	<b>35</b>	
<b>БАРЛЫҒЫ / ВСЕГО / TOTAL</b>					<b>60</b>	<b>60</b>	

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 меңгерушісі / Заведующий кафедрой / Head of the Department**

\_\_\_\_\_ **А.Т. Тлеубердинова**