

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ФАКУЛЬТЕТІ  
«МАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ЛОГИСТИКА» КАФЕДРАСЫ

Бекітілді  
«Тұран Университеті» мекемесінің  
Ғылыми Кеңесі мәжілісінде  
Хаттама № \_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_ 2018 ж.  
Мақұлданды ОӘК мәжілісінде  
ОӘЖ жөніндегі проректор  
\_\_\_\_\_ К.С. Абдиев

Хаттама № \_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_ 2018 ж.

**МОДУЛЬДІК БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ**

Мамандықтың шифры және атауы: **5B051100 – «Маркетинг»**

Академиялық дәрежесі: 5B051100 – «Маркетинг»  
мамандығы бойынша экономика және бизнес бакалавры

Әзірленді		Келісілді		
Аты-жөні, лауазымы, ғылыми дәрежесі және атағы		ОӘЖ жөніндегі проректоры	Абдиев К.С.	
Разакова Д.И «Маркетинг және логистика» кафедрасының меңгерушісі, э.ғ.к., доцент		Сыртқы байланыстар, халықаралық аккредитация және жоғары оқу орнынан кейінгі білім жөніндегі проректоры	Тусупова Л.А.	
Мухамедкаримова А.М., ҚМҚ стратегиялық дамыту бойынша директоры		АМД директоры	Тусупова С.А.	
		БҮОжҚО Директоры	Паршина Г.Н.	
		Факультет деканы	Нурмуханова Г.Ж.	

Қарастырылды  
«Маркетинг және логистика» кафедрасының мәжілісінде  
Хаттама № \_\_\_\_\_ 2018 ж.  
Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_ Разакова Д.И.

Алматы, 2018

## Білім беру бағдарламасының құрылымы

1	<b>Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы</b>	
1.1	Түсіндірме жазба	
1.2	Білім беру бағдарламаның мақсаты	
1.3	Кәсіби қызметтің сипаттамасы	
1.4	Білім беру бағдарламасына өтініш берушінің дайындық деңгейіне қойылатын талаптар	
2	<b>Біліктілікті арттырудың күтілетін нәтижелеріне қойылатын талаптар</b>	
2.1	Жалпы құзыреттілік (негізгі): әлеуметтік және жеке, Soft Skills (құралдық, жүйелік)	
2.2	Кәсіби біліктілік	
2.3	Түлектердің біліктілік үлгісі	
2.4	Құзыреттілік матрицасы	
3	<b>Оқу нәтижелерін бағалауға арналған саясат (ағымдағы, аралық және қорытынды бақылау)</b>	
4	<b>Білім беру бағдарламасының мазмұны</b>	
4.1	Бакалавриаттың оқу бағдарламасы (модульдік жүйеде) барлық оқу кезеңінде *	УТН705–15–13 (бакалавриат, магистратура, докторантура)
4.2	Білім беру модульдерінің тізімі (міндетті, университеттік, элективті)	УТН 705–23–15

\* Оқу жылына модульдерді бөлу, алғышарттарды, еңбек қарқындылығын және қызмет түрі бойынша оқу жүктемесін бөлуді ескере отырып, бөлу

# **1 Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы**

## **1.1 Түсіндірме жазба**

Қазақстан Республикасының білім берудің мемлекеттік бағдарламасына сәйкес білім берудің негізгі ұлттық мақсаты - білім берудің мазмұнын, нысанын және мерзімін таңдауда әр адамға кең мүмкіндіктерді қамтамасыз ете отырып, қоғамның, мемлекет пен жеке тұлғаның жоғары сапалы жоғары білім алуға мүддесін қанағаттандыру.

Білім беру бағдарламасы «Тұран» университетінің таңдалған бағдарламасының, миссиясының мақсаттары мен міндеттеріне сәйкестігін көрсетеді, студенттер контингентін сипаттамаларын, олардың білім беру қажеттіліктерін, мүмкіндіктері мен қажеттіліктерін анықтайды.

Білім беру бағдарламасы Қазақстан Республикасының жоғары білім саласындағы нормативтік базаға негізделген. Білім беру стандарттарында ҚР БҒМ 5.03.001-2011 «Жоғары кәсіптік білім. Бакалавриат. Негізгі ережелер «типтік оқу жоспары.

Білім беру бағдарламасының құрылымы оқу нәтижелерін көрсетеді, түлектердің біліктілік деңгейі мен негізгі құзыреттерін сипаттайды.

## **1.2 Білім беру бағдарламасының міндеттері**

5B051100 «Маркетинг» мамандығы бойынша бакалавриаттың білім беру бағдарламасы осы саладағы МБС-тің іске асырылуына әдістемелік қолдау көрсету және осы негізде студенттердің жеке қасиеттерін дамыту, сондай-ақ маркетингтік қызметтегі стандарттарға сәйкес жалпы мәдени (әмбебап) және кәсіби құзыреттілікті қалыптастыруға бағытталған.

«Тұран» университетінің білім беру саясаты - «Тұран» университетінің дамуының негізгі бағыттарын, мақсаттары мен міндеттерін, принциптерін, саясаты мен миссиясын анықтайтын 2011-2015 жылдарға арналған білім беруді дамытудың мемлекеттік бағдарламасын жүзеге асыру аясында әзірленген саяси құжат: «Мәдениет, білім және ғылым қоғамның игілігі үшін» модернизация жолында және әлемдік деңгейдегі білім беру және ғылыми мекемелердің жедел қалыптасуы.

«Маркетинг» білім беру бағдарламасының миссиясы: «Жалпыға бірдей мәдени (жалпыға ортақ): әлеуметтік және жеке, жалпы ғылыми, құралдық және кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыру», «Түлектердің өз таңдаған саласына сәтті жұмыс жасауға және еңбек нарығында табысты болуға, менеджменттің, кәсіпорынның және бизнестің принциптері мен әдістерін иеленуге мүмкіндік береді. Жоғары кәсіби біліктілікке негізделген тиімді маркетингтік шешімдерді қабылдау қабілеті » тақырыбында семинар өткізді.

5B051100 «Маркетинг» білім беру бағдарламасының мақсаты - ҚР БҒМ-нің іске асырылуын қамтамасыз ету және осы мамандық бойынша типтік оқу жоспары және осы негізде студенттің жеке қасиеттерін дамыту (ұйымдастыру, жауапкершілік, автономия, этикалық құндылықтарды ұстану, мақсатқа қол жеткізуде табандылық, әмбебап) және кәсіби құзыреттілік маркетингтік қызмет саласындағы стандарттар талаптарына сәйкес, әрі қарай стратегиялық қабылдауға жәрдемдеседі, нарықтық сегменттеу, мақсатты сегменттерді таңдау, жайғастыру (Өзгерткіш) кәсіпкерлік субъектілерінің тауарлар/ қызметтер саласындағы корпоративтік стратегиялар мен құралдар әзірлеу экономикалық субъектілерді қабылдау.

5B051100 - «Маркетинг» мамандығы бойынша бакалавриаттың білім беру бағдарламасының мақсаты шығармашылық қызметке, жалпы мәдени даму мен әлеуметтік мобильділікті дамытуға бағытталған студенттердің жеке қасиеттерін дамыту: өзін бейімдеу, ұйымдастыру, еңбекқорлық, жауапкершілік, тәуелсіздік, азаматтық, этикалық құндылықтарды ұстану, толеранттылық, мақсатқа жетудегі табандылық.

5B051100 - «Маркетинг» білім беру бағдарламасының бірегейлігі практикалық бағдарланған бағдарламада, іскерлік білім беруді интеграциялауда (бизнес-құрылымдардың өкілдері, тәжірибешілер, сарапшылар, компания көшбасшылары) және маркетингтің заманауи білім беру үрдістеріне сәйкестігі ББ-ның дамуына белсенді қатысады. Студенттер Қазақстанның Маркетинг Қауымдастығының қызметіне белсене

қатысады, сондай-ақ қауымдастық өкілдері тәжірибелік жаттығулар, тренингтер, мастер-кластар, семинарлар өткізеді.

«Маркетинг» ББ-ның ерекшеліктері мен артықшылықтары:

- нарықтың заманауи талаптарына және жұмыс берушілердің қажеттіліктеріне жауап беретін білім беру бағдарламасының жаңа курстары: бакалавриат деңгейінде - «Интернет-маркетинг», «Цифрлық маркетинг», «Сауда маркетингі»; «Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін маркетингтік басқару»;

- негізгі құзыреттілікті қалыптастыруға ықпал ететін интерактивті оқыту әдістерін (интерактивті лекциялар, жарнамалық бейнелер, кейстер, рөлдік ойындар және іскерлік ойындар, презентациялар, бизнес-жобалар) пайдалану;

- практикаға бағдарланған тренингтер (практиканттардың шақыруымен мастер-класс, қонақтар және екілік дәрістер, коммерциялық құрылымдардағы далалық сабақтар, компанияларға экскурсиялар, жетекші компаниялардан маркетингтік тарту, сондай-ақ сабақ өткізу үшін ҚМҚ өкілдері)

- оқу үрдісінде компьютерлік технологияларды пайдалану (browook.it веб-сайтында тестілеу, Adobe Connect бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып, онлайн режимінде сабақ өткізу, қолданбалы оңтайландыру проблемаларын шешу және Excel-де бизнес-ойын өткізу, Маркетингтік сараптама бағдарламасын қолдану арқылы маркетингтік талдау жүргізу. Интернет және U-3 тестілеу бағдарламалық жасақтамасын қолдану арқылы компьютерлік тестілеу, Google-дің Интернеттегі нысандарын интернет-сауалнама жүргізу үшін пайдалану);

- 7 семестрде ағылшын тілін тереңдетіп оқу (ағылшын тілін 12 кредит, оның ішінде «Ағылшын тілі (сертификатталған курс)» 3 кредит);

- «Жас Тұран» студенттік ғылыми-практикалық конференциясы аясында «Тұран Инновациялар» бизнес-жобалар конкурсында ҚМҚ-ның қолдауымен өткізілген ғылыми-практикалық конференциялар мен дөңгелек үстелдерге студенттердің белсенді қатысуы, Маркетинг және логистика бөлімінің ғылыми жобаларын әзірлеуге студенттерді тарту, сондай-ақ студенттердің жоғарғы және жоғарғы деңгейдегі орындарды иеленген ұлттық және халықаралық маңызы бар байқауларға қатысуы;

- «Маркетинг» мамандығы бойынша оқу жоспарын қос дипломды білім беру бағдарламаларын іске асыру үшін шетелдік жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларымен үйлестіру;

- тәжірибелік тапсырмаларды, пресс-конференцияларды, презентацияларды, бизнес-жобаларды және т.б. өткізу барысында студенттердің шығармашылық, шығармашылық ойлауын қалыптастыру және дамыту, бұл оңтайлы және тиімді маркетингтік шешімдерді қабылдайтын, соның ішінде стандартты емес және түпнұсқа;

- «Тұран» университетінің түлектеріне «Маркетинг» мамандығы бойынша жеткілікті жоғары біліктілігі және кәсіптік құзыреттілігі бар, олардың жұмыспен қамтылудың жоғары пайызы туралы айтарлықтай сұраныс.

### **1.3 Кәсіби қызметтің сипаттамасы**

5B051100 - «Маркетинг» мамандығы бойынша бакалавриат мамандығы бойынша МБС-ке сәйкес осы саладағы мамандықтарға сәйкес, түлектер әкімшілік аппараттың түрлі қызметтерінде орындаушылар немесе менеджерлер ретінде жұмыс жасайтын кез- келген ұйымдық нысаны (коммерциялық, коммерциялық емес, мемлекеттік, муниципалдық) (мемлекеттік және жергілікті басқару органдарында, түлектер өз бизнесін құратын және дамытатын кәсіпкерлер болып табылатын құрылымдарда).

5B051100 - «Маркетинг» мамандығы бойынша бакалаврдың кәсіптік қызметінің ерекшелігі - маркетингтің қызметі ұйымда маркетингтік қызметтің жұмысын қамтамасыз ету және басқа бөлімшелермен және ұйымдармен өзара әрекеттесу үшін нарықта тиімді жұмыс істеу және тұтынушылар мен бәсекелестердің сипаттамаларын ескере отырып бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге, өнеркәсіп ерекшеліктері, қолданылатын технологиялар, өндірісті ұйымдастыру және басқару.

ББ түлегі 5B051100 - Маркетингтік сарапшы түрлі мемлекеттік, коммерциялық емес, қоғамдық және іскерлік құрылымдарда жұмыс істей алады: сервистік кәсіпорындар, экономикалық саладағы әртүрлі ұйымдар, өндірістік және делдалдық кәсіпорындар, сауда және қаржылық фирмалар, логистика және телекоммуникациялық компаниялар, зерттеулер мен әзірлемелер мекемелер, ғылыми-зерттеу, аналитикалық, ақпараттық агенттіктер, консалтингтік компаниялар, бизнес орталықтары, IT-компаниялар, сервистік фирмалар және т.б.

Осы саладағы кәсіптік қызмет объектілері:

- маркетингтік кешен;
- әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандардың ұйымдарының маркетингтік қызметін басқару процестері;
- маркетингтік стратегия.

5B051100 - «Маркетинг» мамандығы бойынша бакалавриат даярлайтын кәсіптік қызметтің нақты түрлері:

- ұйымдастырушылық және басқарушылық;
- ақпараттық-талдамалық;
- кәсіпкерлік;
- тауар өндірісі;
- сату;
- жарнама және байланыс;
- экономикалық және басқарушылық, соның ішінде жобаны жоспарлау.

Мүдделі жұмыс берушілердің сауалдарына сәйкес, бакалавр маркетингтік стратегияны қалыптастырып, оның тиімділігін бағалауға бағытталған нарықтың кәсіби маркетингтік зерттеулерін жүргізуге дайын.

### **1.4 Білім беру бағдарламасына өтініш берушінің дайындық деңгейіне қойылатын талаптар**

5B051100 - «Маркетинг» бағыты бойынша оқуға түсуші үміткер толық орта (жалпы немесе кәсіптік) білім туралы мемлекеттік мақұлданған құжатты қабылдауға және Қабылдау ережесіне сәйкес Бірыңғай ұлттық тестілеу (ҰБТ) немесе кешенді тестілеу (КТ) тапсыру туралы куәлікті беруі тиіс.

Қабылдау ережелері жыл сайын университеттің Ғылыми кеңесінің шешімі бойынша белгіленеді. Қажетті құжаттардың тізімі университетке түсу ережелерімен анықталады. Жоғары базалық білім берудің білім беру бағдарламасы бойынша білім беру жалпы орта және орта кәсіптік білім негізінде, сондай-ақ жоғары кәсіптік білім негізінде Қазақстан Республикасының мамандықтар бакалавры бойынша жүзеге асырылады.

## **2 Біліктілікті арттырудың күтілетін нәтижелеріне қойылатын талаптар**

Білім беру бағдарламасының дамуының нәтижелері түлек алған құзыреттермен айқындалады, яғни, оның кәсіби қызмет міндеттеріне сәйкес білімі, дағдылары мен жеке қасиеттерін қолдану қабілеті.

5B051100 - «Маркетинг» мамандығының түлегі «бакалавр» біліктілігі (дәрежесі) бойынша келесі құзыреттерге ие болуы тиіс.

### **2.1 Жалпы құзыреттер (негізгі)**

#### *1.1 Әлеуметтік-жеке:*

- Әлемдік тарихи үдерістегі Қазақстанның орнын анықтау қабілеті (ЖҚ 1);
- Командада жұмыс істей білу (ЖҚ 2);
- Басқалармен қарым-қатынас жасау мүмкіндігі (ЖҚ 3);
- Тілдік дағдылар және шет тілдік ортада бейімделу қабілеті (ЖҚ 4);
- Жеке және кәсіби өсу қабілеті (ЖҚ5);
- Этикалық және мәдени нормалардың болуы (ЖҚ 6).

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

- Идеяларды қалыптастыру және өз позициясын ақылмен қорғау мүмкіндігі (ЖҚ7);
- Өз ойларын нақты, логикалық түрде білдіре білу, проблеманың мәнін қалыптастыру және тапсырмаларды қою, өз идеяларын тиімді ұсыну мүмкіндігі (ЖҚ8);
- Көшбасшы болуға, жанжалдарды шешу қабілетіне (ЖҚ 9);
- Қазіргі заманғы ақпараттық технологиялар мен АКТ дағдыларын игеру: бағдарламалық қамтамасыз ету, веб-дизайн, электронды коммерция, сандық маркетинг, заттардың интернет, үлкен деректер (ЖҚ 10).

### **2.2 Жалпы кәсіби құзыреттілік**

5B051100 - «Маркетинг» мамандығы бойынша түлектің кәсібилігі оның құзыретімен айқындалады:

- Кәсіби қызметте Қазақстан Республикасының құқықтық жүйесі мен заңнамасын білу қабілеті (ЖҚК 1);
- Негізгі басқару дағдылары мен өзін-өзі дамыту мүмкіндігі (ЖҚК 2);
- Өз бизнесін құру және қолдау (ЖҚК 3);
- Іскерлік ортада ғылыми-зерттеу әдісімен шарлау, әлеуметтік-экономикалық процестерді талдау (ЖҚК4);
- Бухгалтерлік есеп және есеп беру дағдылары, бюджеттеу және қаржылық жоспарлар (ЖҚК5).

### **2.3 Кәсіби құзыреттілік**

5B051100 - бакалавр - маркетинг кәсіби қызмет саласындағы келесі арнайы біліктіліктердің болуымен ерекшеленуі керек:

- Маркетинг қағидаттары бойынша экономикалық және басқарушылық шешімдерді қабылдау мүмкіндігі (КҚ 1);
- Қазіргі заманғы әдістер мен технологияларды пайдалана отырып, нарықтың даму болжамын жасау үшін нарықтық зерттеулер жүргізу (КҚ 2);
- Нарықтық инновациялық технологиялар негізінде бизнес-процестерді модельдеу мүмкіндігі (КБ 3);
- Кәсіпкерлік субъектілерінің маркетингтік талдау жүргізу дағдылары (КҚ 4);
- Маркетингті басқару технологияларын және оларды өнеркәсіптік маркетингте, халықаралық маркетингте, сервистік маркетингте, коммерциялық емес ұйымдардың маркетингінде және Интернет-маркетингте қолданудың ерекшеліктері (КҚ 5);
- Маркетингтік жоспарлауда өнімдер мен бәсекелестікті бағалайтын өнімдер мен бәсекелестерді бағалау мен бәсекелестерді маркетингтік жоспарлау технологиясын қолдану мүмкіндігі (КҚ 6);
- Ұйымды дамытуға, тиімді бақылауды жүзеге асыруға бағытталған жоспарлар мен стратегияларды әзірлеу мен іске асыру дағдылары (КҚ 7);

- Тауарлар мен қызметтер тұтынушыларының мінез-құлқын талдау, тұтынушылық преференцияларды қалыптастыратын факторларды анықтау мүмкіндігі (КҚ 8);
- Сапалы сервистік бағдарламаларды әзірлеу, қызметтерді енгізу, жоғары деңгейдегі қызметті ұйымдастыру мүмкіндігі (КҚ 9);
- Сатылымды және сатуды ұйымдастыруды, тиімді сату әдістерін және әдістерін сақтау мүмкіндігі (КҚ 10);
- Саланың ерекшелігін ескере отырып, компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыру мүмкіндігі (КҚ 11);
- Жарнамалық және PR-акцияларды, жеке сатуды ұйымдастыру және сату, сатылымды ілгерілету әдістерін және тікелей маркетингті пайдалану дағдылары (КҚ 12);
- Брэнд, маркетинг, сауда маркетинг технологиясының иесі (КҚ 13);
- Халықаралық іскерлік операцияларды жүргізу дағдыларын меңгеру және халықаралық маркетингтік стратегияларды енгізу (КҚ 14).

### **5B051100 - Маркетинг» мамандығы бойынша түлектердің құзыреттілік үлгісі**

ББ-маркетинг бойынша бакалавриаттың түлегінің мақсаты - кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыруда, шығармашылық, инновациялық және кәсіпкерлік ойлауға, заманауи ақпараттық-коммуникациялық және цифрлық технологияларды қолдана отырып, ұйымның маркетингтік қызметін табысты жүзеге асыруға және тиімді басқаруға мүмкіндік беретін іс-шаралар мен тәсілдердің жиынтығын әзірлеу және енгізу.

ББ 5B051100 - «Маркетинг» мамандығының кәсіби стандарттарына сәйкес құзыреттілік үлгісі 1-қосымшада келтірілген.

#### ББ 5B051100 - «Маркетинг» мамандығының біліктілік үлгісі

Құзыреттілік		Түлектердің жеке ерекшеліктері (дағдылар мен қабілеттер)	Құзыреттілік коды
Жалпы құзыреттер (негізгі)	Әлеуметтік және жеке	Әлемдік тарихи үдерістегі Қазақстанның орнын анықтау мүмкіндігі	ЖҚ1
		Топтық жұмыс	ЖҚ 2
		Өзгелермен өзара әрекеттесу мүмкіндігі	ЖҚ 3
		Тілдік дағдылар және шет тілдік ортада бейімделу қабілеті	ЖҚ 4
		Жеке және кәсіби өсу мүмкіндігі	ЖҚ 5
		Этикалық және мәдени мінез-құлық нормаларын иелену	ЖҚ 6
	Soft Skills (құралдық, жүйелік)	Өз идеяларын қалыптастыру және өз ұстанымын қорғауға мүмкіндігі	ЖҚ 7
		Өз ойларын нақты, логикалық түрде білдіре білу, проблеманың мәнін қалыптастыру және мақсаттарды қою, өз идеяларын тиімді ұсыну мүмкіндігі	ЖҚ 8
		Көшбасшы болуы, қақтығыстарды шешу қабілеті	ЖҚ 9
		Қазіргі заманғы ақпараттық технологиялар мен АКТ дағдыларын игеру: бағдарламалық қамтамасыз ету, Web-design, E-commerce, Digital-маркетинг, Internet of Things, Big Data	ЖҚ 10
Жалпы кәсіби құзыреттілік	Кәсіби қызметте Қазақстан Республикасының құқықтық жүйесі мен заңнамасын білу	ЖКҚ1	
	Бастапқы басқару дағдылары мен өзін-өзі дамыту мүмкіндігі	ЖКҚ 2	
	Өз бизнесінді құру және қолдау	ЖКҚ 3	
	Зерттеу әдісі негізінде бизнес-ортаны шарлау, әлеуметтік-экономикалық процестерді талдау	ЖКҚ 4	

	Бухгалтерлік есеп және есеп беру дағдылары, бюджеттеу және қаржылық жоспарлар	ЖКҚ К5
	Экономикалық құбылыстар мен үлгілердің ғылыми білімдерін, графикалық, кестелік және аналитикалық жолдардағы экономикалық мәселелерді шешу дағдыларын практикада қолдануға үйрету.	ЖКҚ 6
Кәсіби құзыреттілік	Маркетинг принциптері бойынша экономикалық және басқарушылық шешімдерді қабылдау мүмкіндігі	КҚ1
	Нарықтың инновациялық технологиялары негізінде нарық дамуының болжамын жасау мақсатында маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдылары	КҚ 2
	Нарықтық инновациялық технологиялар негізінде бизнес-процестерді модельдеу мүмкіндігі	КҚ 3
	Басқарушы субъектілердің қызметін маркетингтік талдауды жүргізу дағдылары	КҚ 4
	Маркетингті басқару технологияларын иелену және оларды өнеркәсіптік маркетингте қолдану ерекшеліктері, халықаралық маркетинг, сервистік маркетинг, коммерциялық емес ұйымдарды маркетинг, Интернет-маркетинг	КҚ 5
	Маркетингтік жоспарлау технологиясындағы нарықтың сегменттелуін, өнімнің орналасуын және бәсекеге қабілеттілік / бенчмаркинг өнімдерін және бәсекелестерді бағалайтын компанияларды қолдану мүмкіндіктері.	КҚ 6
	Маркетингтік жоспарлау технологиясындағы нарықтың сегменттелуін, өнімнің орналасуын және бәсекеге қабілеттілік / бенчмаркинг өнімдерін және бәсекелестерді бағалайтын компанияларды қолдану мүмкіндіктері.	КҚ 7
	Тұтынушылардың және қызметтердің тұтынушыларының мінез-құлқын талдай білу, тұтынушылардың артықшылықтарын қалыптастыратын факторларды анықтау	КҚ 8
	Сапалы қызмет көрсету бағдарламаларын әзірлеу, қызметтерді жүзеге асыру, жоғары деңгейдегі қызметті ұйымдастыру мүмкіндігі	КҚ 9
	Сатылымды және өнім таратуды, техниканы иеленуді және тиімді сату әдістерін ұйымдастыру мүмкіндігі	КҚ 10
	Индустрия ерекшелігін ескере отырып, компанияның маркетингтік қызметін ұйымдастыру мүмкіндігі	КҚ 11
	Жарнамалық және PR-акцияларды, жеке сатуды ұйымдастыруға және өткізуге, сатылымды ілгерілету әдістерін және тікелей маркетингті пайдалану дағдылары	КҚ 12
	Маркетинг, брендинг, трейд-маркетинг, сауда маркетингінің технологиялары	КҚ 13
	Халықаралық бизнес-операцияларды жүргізу және халықаралық маркетингтік стратегияларды енгізу дағдылары	КҚ 14

#### 2.4 Құзыреттілік матрицасы

«5B051100 - Маркетинг» мамандығының түлегінің матрицасы 2-қосымшада келтірілген.



### **3 Оқу нәтижелерін бағалауға арналған саясат (ағымдағы, аралық және қорытынды бақылау)**

5B051100 - «Маркетинг» мамандығы бойынша студенттердің прогресін бақылау ағымдағы жүйелі, күнделікті және апталық тестілеу болып табылады, оқытушы сабақ кестесіне сәйкес оқу бағдарламасына сәйкес ағымдағы лекцияда практикалық, СӨӨЖ өткізеді.

Студенттердің академиялық үлгерімінің аралық бақылауы қазіргі білім деңгейін бақылау және оқу бөлімдері, модульдері, блоктары және т.б. нәтижелерінің негізінде студенттердің оқу жетістіктерін тексеру болып табылады, оқытушының оқытатын пәні бойынша семестрдің 8 және 15-ші апталарында аралық бақылау өтіледі.

Студенттерді аралық аттестациялау (қорытынды пән бойынша емтихан / емтихан) - аяқталғаннан кейін бір академиялық пәннің бір бөлігін немесе толық көлемін оқытын студенттердің сапасын бағалауға арналған рәсім.

## «5B051100 - Маркетинг» мамандығы бойынша магистратураның біліктілік үлгісі

Кәсіптік қызметтің түрі	Еңбек функциялары	Біліктілік талаптары	Жұмыс тақырыбы	Біліктілік деңгейі
Маркетинг кешенінің құралдарын пайдалана отырып маркетингтік зерттеу жүргізу технологиясы	Маркетингтік зерттеу жүргізуге дайындық	<p><b>1. Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мәселелерді анықтау және зерттеу мақсаттарын қалыптастыру;</li> <li>- маркетингтік зерттеу жүргізуді жоспарлау;</li> <li>- маркетингтік құралдарды анықтау, олардың көмегімен кешенді зерттеу нәтижелері алынады;</li> <li>- маркетингтік зерттеу жүргізу жоспарын дайындау және келісу;</li> <li>- бастапқы және қайталама маркетингтік ақпаратты іздеу;</li> <li>- тауарлар мен қызметтер нарығының конъюнктурасын талдау;</li> <li>- маркетингтік зерттеу жүргізу үшін техникалық тапсырманы әзірлеу;</li> <li>- маркетингтік зерттеу жүргізу мерзімі мен талаптарын белгілеу;</li> <li>- маркетингтік зерттеу бюджетін анықтау</li> </ul> <p><b>2. Білім</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетингтік ақпараттың түрлері мен көздері;</li> <li>- маркетингтік зерттеудің әдістері мен құралдары;</li> <li>- маркетингтік қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілер;</li> <li>- әлеуметтік зерттеулер жүргізу ерекшеліктері;</li> <li>- жүйелік талдау принциптері;</li> <li>- статистикалық есептерді орындау үшін колданбалы офистік бағдарламаларды қолдану әдістері.</li> <li>- маркетингтік зерттеу бюджетін анықтау</li> </ul> <p><b>3. Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетингтік зерттеу жүргізу үшін маркетингтік ақпаратты жинау әдістерін, сақтау және өңдеу құралдарын қолдану;</li> <li>- қолайлы маркетингтік құралдарды анықтау және оларды маркетингтік зерттеу жүргізу үшін қолдану;</li> <li>- маркетингтік зерттеу жүргізудің кешенді жоспарын дайындау;</li> <li>- ағымдағы нарықтық конъюнктураны талдау;</li> <li>- маркетингтік зерттеуді орындау үшін нақты техникалық тапсырманы құру.</li> </ul>	Маркетинг жөніндегі маман, маркетингтік зерттеулер бойынша маман, талдаушы	Бакалавр 6 ҰБШ деңгейі
	Маркетинг кешенінің құралдарын	<p><b>1. Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- бастапқы және қайталама маркетингтік ақпаратты жинауды ұйымдастыру;</li> <li>- респонденттерге сауалнама жүргізу, бақылау, фокус-топтар, терең интервью жүргізу;</li> </ul>	Маркетинг жөніндегі маман, маркетингтік	Бакалавр 6 ҰБШ

	<p>пайдалана отырып маркетингтік зерттеу жүргізу</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– алынған деректерді математикалық статистика әдістерінің көмегімен өңдеу;</li> <li>– маркетингтік зерттеулер нәтижелері бойынша есептер мен ұсыныстар дайындау;</li> <li>– тауар және баға саясатын жетілдіру бойынша ұсыныстар қалыптастыру;</li> <li>– өткізу және сату жүйелерін, ұйымның тауарларды (қызметтерді) жылжыту жүйесін жетілдіру бойынша ұсыныстарды қалыптастыру</li> </ul> <p><b>2. Білім:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– маркетингтік қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілер;</li> <li>– тауарлар мен қызметтердің ішкі және сыртқы нарығының конъюнктурасының ерекшеліктері;</li> <li>– маркетингтік зерттеу жүргізу әдістері мен құралдары;</li> <li>– маркетингтік зерттеу процесінің кезеңдері;</li> <li>– әр түрлі өмірлік жағдайларда әр жастағы адамдардың мінез-құлқының психологиялық ерекшеліктері;</li> <li>– сауалнама жасау ережелері мен талаптары;</li> <li>– маркетингтік талдау әдістері: SWOT -, STEP -, GAP -, ABC -, XYZ-талдау</li> </ul> <p><b>3. Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– бастапқы және қайталама маркетингтік ақпараттың үлкен көлемін жүйелеу және жалпылау;</li> <li>– өнімді және нарықтарды өткізуді болжау әдістерін пайдалану;</li> <li>– ақпаратты жинау және маркетингтік құралдарды басқару үшін арнайы бағдарламалармен және болжау әдістерімен жұмыс істеу;</li> <li>– әртүрлі типтері мен түрлеріне маркетингтік зерттеулер жүргізу;</li> <li>– алынған ақпаратты Қолданбалы компьютерлік бағдарламалар арқылы өңдеу;</li> <li>– маркетингтік зерттеу нәтижелері бойынша есептер жасау;</li> <li>– Big Data деректер қорымен жұмыс істей білу;</li> <li>– маркетинг кешенінің құралдарын жетілдіру бойынша ұсыныстар беру.</li> </ul>	<p>зерттеулер бойынша маман, талдаушы</p>	<p>деңгейі</p>
<p>Маркетингтік бағдарламаларды әзірлеу және маркетинг кешенінің құралдарын пайдалана отырып іске асыру</p>	<p>Инновациялық тауарларды (қызметтерді) әзірлеу және енгізу, брендтерді құру және оларды ұйымда басқару</p>	<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 Шешімдер қабылдау үшін</li> </ul>	<p>Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, бренд-менеджер, product-менеджер</p>	<p>Бакалавр 7 ҰБШ деңгейі</p>

		<p>ұсынымдар дайындау</p> <p><b>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 қабілеттілік өлшемдері.</li> </ul> <p><b>3. Дағдылар мен біліктер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ұйым тауарлары мен қызметтерінің оңтайлы 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 брендінің құнын бағалауды жүргізу;</li> <li>– ұйым брендбук әзірлеу;</li> <li>– табысты брендтерді жобалық басқару құралдарын пайдалану</li> </ul>		
	<p>Ұйымда баға белгілеу саясатын әзірлеу, енгізу және жетілдіру</p>	<p><b>1. Функциялары:</b></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 іскерліктер:</b></p>	<p>Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, бренд-менеджер, product-менеджер</p>	<p>Бакалавр</p> <p>7 ҰБШ деңгейі</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>		
Ұйымдағы тарату (дистрибуция) жүйесін және өткізу саясатын әзірлеу, енгізу және жетілдіру	<p><b>1. Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- жеткізушілермен, инвесторлармен және ұйымның өзге де серіктестерімен өзара іс-қимыл қасау 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 қағидалары;</li> <li>- тиімді сауда әдістері;</li> <li>- жеке сату техникасы;</li> <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>	Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, сату менеджері, өткізу бөлімінің бастығы, трейд-менеджер, интернет-маркетолог	Бакалавр 7 деңгей НРК	
Ұйымда маркетингтік коммуникация жүйесін әзірлеу, енгізу және жетілдіру	<p><b>1. Функциялары:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ұйымдағы маркетингтік коммуникация жүйесін әзірлеу;</li> <li>- ұйымдағы 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> </ul>	Маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг жөніндегі маман, жарнама менеджері,	Бакалавр 7 деңгей НРК	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- жұртшылықпен байланыс бойынша іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу;</li> <li>- сатуды ынталандыру бойынша жарнамалық акцияларды әзірлеу және өткізу;</li> <li>- интернет жарнама және SMM пайдалану;</li> <li>- қатысу, жәрмеңкелер мен көрмелерге;</li> <li>- тікелей маркетинг құралдарымен жұмыс;</li> <li>- басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін маркетингтік коммуникация жүйесін жетілдіру бойынша ұсыныстар дайындау.</li> </ul> <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, -</li> <li>- этикалық нормалар мен қағидаттар;</li> <li>- жарнама ісін ұйымдастыру;</li> <li>- Қазақстан Республикасының заңнамасы және маркетингтік қызмет саласындағы халықаралық құқық, ұйымның коммуникациялық саясатын реттейтін стандарттар мен этикалық қағидалары</li> <li>- заманауи жарнамалық технологиялар, жарнама инновациялары, SMM;</li> <li>- интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар;</li> <li>- ATL -, BTL-акциялар;</li> <li>- медиапланирование.</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> <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>- медиажоспар құру.</li> </ul>	<p>қоғаммен байланыс менеджері, ATL -, BTL-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-маркетолог, event-менеджер</p>	
--	---	--	--



