


«Қазақстан инженерлік-технологиялық университеті» ЖШС		ТОО «Казахстанский инженерно-технологический университет»
«Экономика және қаржы» кафедрасы		Кафедра «Экономика и финансы»
Білім беру бағдарламасының даму жоспары		План развития образовательной программы
26.04.2022ж. №2 РЕДАКЦИЯСЫ		РЕДАКЦИЯ №2 от 26.04.2022г.

**«СОГЛАСОВАНО»**

Проректор по учебной и научной работе

 Д.Б. Ақпанбетов

«26» апреля 2022г.



**«УТВЕРЖДАЮ»**

Ректор

 Г.А. Сарсенбекова

«26» апреля 2022г.

# ПЛАН

## РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### «6В04106 – МАРКЕТИНГ»

### НА 2021-2025 ГОДЫ

Дата утверждения:

Приказ Ректора №21-п от 26.04.2022г.

Взамен «План развития образовательной программы «6В04106 – Маркетинг» на 2021-2025 годы» №1 от 27.08.2021г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	3
2. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	4
3. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	8
4. МЕРОПРИЯТИЯ ПО СНИЖЕНИЮ ВЛИЯНИЯ РИСКОВ ДЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	9
5. ПЕРЕЧЕНЬ МЕРОПРИЯТИЙ ПЛАНА РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	11
6. МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	11
7. ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ..	12
8. МОДЕЛЬ ВЫПУСКНИКА ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ .....	13
9. ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	14
10. SWOT-АНАЛИЗ.....	18

## 1. ПАСПОРТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

<b>1. Код и наименование образовательной программы</b>	6В04106 – Маркетинг
<b>2. Присваиваемая степень</b>	Бакалавр бизнес и управление по образовательной программе 6В04106 – Маркетинг
<b>3. Срок обучения</b>	4 года, 3 года, 2 года
<b>4. Язык обучения</b>	Казахский, русский, английский
<b>5. Цели и задачи образовательной программы</b>	<p>Целью образовательной программы бакалавриата является подготовка высококвалифицированных маркетологов в компаниях и организациях разного и в государственных органах, способных осуществлять проектно-экономическую, аналитическую и организационно-управленческую деятельность в структурных подразделениях предприятий и организаций различных отраслей народного хозяйства, в том числе ведущих внешнеэкономическую деятельность, организациях, предоставляющих услуги бизнес сообществу, а также научно-исследовательскую в области менеджмента.</p> <p>Основные задачи образовательной программы</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- обеспечение качественной профессиональной подготовки будущих специалистов сферы услуг со специализацией в соответствии с социальным заказом общества и мировыми стандартами образования;</li><li>- формирование системы ключевых компетентностей, а также общенаучных и специальных знаний, умений и навыков у будущих специалистов сферы услуг;</li><li>- освоение способов физического, духовного и интеллектуального саморазвития, формирование психологической грамотности, культуры мышления и поведения.</li></ul>
<b>6. Кафедра</b>	«Экономика и финансы»
<b>7. Наличие аккредитации (сроки аккредитации)</b>	-
<b>8. Национальная рамка квалификации</b>	6
<b>9. Отраслевая рамка квалификации</b>	6
<b>10. Ожидаемые результаты реализации плана развития ОП</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- интеграция учебного процесса с научными исследованиями и профессиональной практикой;</li><li>- подготовка обучающихся с использованием современных коммуникационных технологий и информационного обеспечения образовательного</li></ul>

	<p>процесса;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействие с крупными маркетинговыми компаниями, университетами ближнего и дальнего зарубежья;</li> <li>- освоение студентами физического, духовного и интеллектуального саморазвития, формирование психологической грамотности, культуры мышления и поведения;</li> <li>- получение конкурентоспособных знаний студентами в области маркетинговых исследований и коммуникаций</li> <li>- возможность продолжения учебного процесса в магистратуре.</li> </ul>
<p><b>11. Основные разработчики плана развития ОП</b></p>	<p>Татибеков Б.Н., заведующий кафедрой «Экономика и финансы»;</p> <p>Утегулова Б.С. – доктор PhD, ассоциированный профессор;</p> <p>Демеуова Г.Б. – м.э.н., лектор;</p> <p>Шимиров О.Е., директор ТОО «A.N.P»;</p> <p>Абилбайкызы У., директор ТОО «MEDDEZ-2016»;</p> <p>Исламбек А.Р., Студент 3 курса ОП «6B04106 – Маркетинг».</p>

## **2. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОГРАММЫ**

### **2.1 Сведения об образовательной программе**

Содержание образовательной программы устанавливаются следующими документами:

- Лицензия на ведение образовательной деятельностью №0064037, срок действия - бессрочный, дата выдачи 27.09.2008 года.
- Об утверждении государственных общеобязательных стандартов образования всех уровней образования (Утвержден приказом министра образования и науки Республики Казахстан от 31 октября 2018 года №604);
- Об утверждении типовых правил деятельности организаций образования соответствующих типов (Утвержден приказом министра образования и науки Республики Казахстан от 30 октября 2018 года .595);
- Устав ТОО «Казахстанский инженерно-технологический университет»;
- Академическая политика Казахстанского инженерно-технологического университета.

Образовательная программа прошла обсуждение на круглом столе с участием представителей Акынбекова Д. Н., к.э.н., Заместитель директора Департамента общественного мониторинга с административными барьерами НПП «Атамекен», г. Нур-Султан; Камаладинов Б. А., главный менеджер Департамента отраслевого анализа АО «Банк развития Казахстана», г. Нур-Султан; Саржаков Ж. Н., Представитель компании «First Heartland Securities», г.

Алматы; Алексеева Л. Я., Эксперт отдела закупок и местного содержания Палаты предпринимателей города Алматы.

Образовательная программа «6В04106 – Маркетинг» зарегистрирована в реестре образовательных программ высшего образования Министерства образования и науки Республики Казахстан (дата регистрации 16.06.2021).

При разработке образовательной программы учитывались профессии, компетенции выпускников по Атласу новых профессий и компетенций в Республике Казахстан (<https://www.enbek.kz/atlas/>), а также утвержденные профессиональные стандарты НПП «Атамекен».

Основная образовательная программа бакалавриата «6В04106 – Маркетинг», реализуемая кафедрой «Экономика и финансы», представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин, программ учебной и производственной практик, оценочных средств, методических материалов, иных компонентов, включенных в состав образовательной программы.

Образовательная программа составлена таким образом, что выпускник будет обладать необходимыми навыками общего интеллектуального и физического уровня развития, овладения навыками гуманитарной культуры, широтой и культурой экономического мышления, основ общественно-экологических последствий хозяйственной деятельности человека, выявлять правовые и этические нормы, регулирующие отношения в обществе, определяющие деловую этику специалиста, применять современную компьютерную технологию сбора, обработки, анализа и хранения информации

Целевые индикаторы Плана развития образовательной программы «6В04106 – Маркетинг» разделены на три части: академическая деятельность; научно-инновационная деятельность и международное сотрудничество; социально-молодежная политика, представлены в 9 разделе и включают 33 показателя.

Оценка эффективности Плана развития образовательной программы осуществляется Университетом при проведении SWOT-анализа. Результаты SWOT-анализа служат основанием для улучшения образовательной программы. SWOT-анализ по План развития образовательной программы представлен в 10 разделе.

## **2.2 Внутренние условия для развития образовательной программы**

Для подготовки кадров по образовательной программе «6В04106 – Маркетинг» кафедра «Экономика и финансы» располагает современными учебными кабинетами, техническими средствами обучения, наглядными и демонстрационными материалами. На кафедре имеются лекционные залы, оснащенные мультимедийными средствами, стандартами, раздаточными материалами и др. Все преподаватели обеспечены персональными компьютерами, подключенными к интернету.

Санитарное состояние учебных аудиторий соответствует требуемым

нормативным документам. На каждую аудиторию составлен паспорт кабинета.

Для качественной подготовки кадров по образовательной программе, в том числе проведения лекционных, практических занятий привлечены к учебному процессу специалистов производственного и научного профиля, позволяет интегрировать теоретические знания с реальными практическими процессами в области маркетинга, способствует успешной адаптации выпускников к профессиональной деятельности.

В 2021г. Университет сделал капитальную реконструкцию библиотеки. Новая библиотека оснащена современной электронной библиотекой, читальным залом, мягкой зоной оборудованной мультимедийным проектором, кабинетом для магистрантов, помещениями для персонала, хранения книг, а также современным конференц-залом для проведения встреч, онлайн телемостов, конференций.

С целью поддержки студентов, ППС и сотрудников в доступе к современным базам данных (Scopus, ThomsonReuters и др.) заключены договора:

- с компанией «Thomson Reuters» (АО Национальный Центр научно-технической информации) заключен договор о доступе в международную базу научных изданий «Elsevier», «Scopus»;

- договор на пользование ресурсами РМЭБ; возможность пользоваться ресурсами электронных библиотек других участников РМЭБ.

В 2019 году Университет реконструировал и увеличил площадь помещения столовой. Новая современная, комфортная и уютная столовая университета оборудована более совершенной и мощной системой вентиляции и соответствует санитарно-эпидемиологическим требованиям к объектам общественного питания.

В Университете созданы необходимые условия для удовлетворения социально-бытовых потребностей, им предоставляется возможность проживания в новом Студенческом доме.

### **2.3 Характеристика окружающего социума**

Подготовки кадров по данной образовательной программе является актуальной задачей для всех сфер экономики, одной из которых является маркетинг, т.к. внедрение информационных технологий в отрасли, прежде всего, связано с автоматизацией процесса сбора, обработки и отображения информации. На сегодняшний день доступные и динамично развивающиеся информационные технологии по-новому позволяют взглянуть на весь процесс проектирования и реализации программного обеспечения оперативно-информационных комплексов предприятий.

Учитывая востребованность универсальных специалистов, владеющих информационно-коммуникационными компетенциями и компетенциями в отрасли любой деятельности.

### **2.4 Сведения о ППС, реализующих образовательную программу**

Подготовку бакалавров, обучающихся по образовательной программе «6В04106 – Маркетинг», ведут кафедры «Социально гуманитарных дисциплин», «Естественно научных дисциплин», «Вычислительной техники и телекоммуникации», «Экономика и финансов».

Таблица 1 Качественный состав преподавателей университета, обеспечивающих учебный процесс по образовательной программе «6В04106 – Маркетинг»

Численность штатных ППС в разрезе ОП «6В04106 – Маркетинг», чел.	20
в том числе: с учеными степенями и званиями (к-во, %)	11 (55)
из них:	
- по циклу ООД	6
в том числе с учеными степенями и званиями	4
- по циклу БД	14
в том числе с учеными степенями и званиями	7
- по циклу ПД	14
в том числе с учеными степенями и званиями	7
докторов наук от общего кол-ва ППС (кол-во и %)	5 (25)
кандидатов наук от общего кол-ва ППС (кол-во и %)	6 (30)

Качественный состав преподавателей Университета, обеспечивающих учебный процесс по образовательной программе «6В04106 – Маркетинг», по всем циклам дисциплин представлена в таблица 1, где остепененность составляет – 55%.

Выпускающей кафедрой является кафедра «Экономика и финансы», где работают 14 штатных преподавателей: заведующий кафедрой ассоциированный профессор, к.э.н. Татибеков Б.Н. (Национальный консультант по Республике Казахстан Азиатского банка развития по проекту «Библиотека проектов, посвященных гендерным и семейным вопросам») и 3 доктора экономических наук, 2 кандидата экономических наук, 1 - PhD; 7 магистров экономики (из них 1- м.э.н., выпускник программы «Болашак» (Великобритания)). Остепененность кафедры составляет 50%.

К чтению лекций и проведению семинарских и практических занятий активно привлекаются руководители компаний, как АО «Казахский институт нефти и газа», заместитель Председателя правления по финансам, м.э.н. Мендыбаева А. С.

Также приглашенные профессора по внутренней академической мобильности к.э.н., ассоциированный профессор АО «УНИВЕРСИТЕТ NARHOZ» Казахстан Андыбаева Г. Т.

Совместители: профессор кафедры «Экономика» Казахского университета экономики, финансов и международной торговли Токсанова А.Н.; ассоциированный профессор, к.т.н. Университета Сатпаева Султанбекова Ж.Ж.

Профессорско-преподавательский состав кафедры ежегодно повышает квалификацию в ведущих научных центрах Республики Казахстан.

Профессорско-преподавательский состав публикует научные статьи не только в отраслевых журналах РК, а также в сборниках материалов международных конференций и журналах с импакт – фактором. За последние годы опубликованы более 120 статей, из них с импакт-фактором – 13; КССОН – 41; монографий - 8; учебники и учебные пособия – 8.

### **3. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

---

План развития образовательной программы «6В04106 – Маркетинг» разработан в соответствии с Программой развития Казахстанского инженерно-технологического университета на 2020-2025 годы.

Целью образовательной программы бакалавриата является подготовка высококвалифицированных маркетологов в компаниях и организациях разного и в государственных органах, способных осуществлять проектно-экономическую, аналитическую и организационно-управленческую деятельность в структурных подразделениях предприятий и организаций различных отраслей народного хозяйства, в том числе ведущих внешнеэкономическую деятельность, организациях, предоставляющих услуги бизнес сообществу, а также научно-исследовательскую в области менеджмента.

#### **Задачами образовательной программы являются:**

Обеспечение качественной профессиональной подготовки будущих специалистов сферы маркетинга со специализацией (маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации) в соответствии с социальным заказом общества и мировыми стандартами образования;

Формирование системы ключевых компетентностей, а также общенаучных и специальных знаний, умений и навыков у будущих специалистов сферы маркетинга; воспитание высокообразованной молодежи, способной самостоятельно приобретать новые знания и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка;

Овладевать знаниями, умениями и навыками в области социально-гуманитарных и естественных наук, необходимых для понимания процессов, происходящих в Республике Казахстан; формирование ответственности за свою профессиональную деятельность в условиях свободного, демократического и правового государства и отличаться конкурентоспособностью на рынке рабочей силы; формирование психологической грамотности, культуры мышления и поведения и реализация государственной программы «Рухани Жанғыру» в области образования и развитие общенациональной идеи «Мәңгілік ел».

Улучшение и совершенствование условий для получения полноценного, качественного профессионального образования



Привлечение работодателей в процесс совершенствования ОП, определения профессиональных компетенций выпускника, подготовка учебно-методического обеспечения дисциплин, предложенных работодателями

Активизация связей с зарубежными партнерами с целью реализации совместных научных исследований и издания учебно-методической литературы

Создание предпосылок для самостоятельной поисково-исследовательской деятельности обучающегося в рамках проведения НИР на всех его этапах обучения

Организация консультаций работодателей и ученых при выборе актуальных и практически значимых тем дипломных проектов и магистерских диссертаций, проведения исследований магистрантов в ведущих НИИ республики

Миссия образовательной программы соответствует действующей Миссии университета, системе управления, Политике в области обеспечения качества образования и состоит в подготовке конкурентоспособных специалистов в области электроэнергетики и информационных технологий, способных эффективно участвовать в модернизации страны и реализации индустриально-инновационного развития Казахстана

#### **4. МЕРОПРИЯТИЯ ПО СНИЖЕНИЮ ВЛИЯНИЯ РИСКОВ ДЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

На успешную реализацию образовательной программы могут оказать влияние различные виды рисков и как следствие разработаны предупредительные мероприятия по их снижению.

При реализации образовательной программы по снижению рисков применяются следующие мероприятия:

№ п/п	Наименование риска	Мероприятие по устранению риска	Ед. изм.	год			
				2022	2023	2024	2025
1.	Снижение контингента обучающихся по ОП	Разработка комплексного плана профориентационной работы в школах, колледжах г. Алматы и др. регионах. Активная работа в социальных сетях. Организация совместных научных, образовательных работ со школьниками, в том числе проведение мастер-класов в школах, колледжах, республиканских олимпиад в КазИТУ. Предоставление скидок на обучение для определенных категорий.	шт.	1	1	1	1

2.	Не достаточный высокий уровень знания абитуриентами иностранных языков	При поступлении проводить диагностический тест на знание иностранного языка.	наличие	постоянно			
		Проводить активную работу кружка по английскому языку.	наличие	постоянно			
		Мотивировать студентов возможностью прохождения обучения по академической мобильности в зарубежных вуз-партнерах Университета.	наличие	постоянно			
3.	Обеспеченность учебно-методической литературой по профессиональным дисциплинам на государственном языке	Активизировать работу ППС по разработке на государственном языке и внедрению в учебный процесс электронных учебных изданий.	наличие	Постоянно			
		Планировать ежегодный выпуск учеными и профессорско-преподавательским составом кафедры научную и учебно-методическую литературу согласно университетскому тематическому плану.	шт.	1	-	1	-
4.	Нехватка научных кадров, реализующих ОП	Подготовка высококвалифицированных научных кадров через магистратуру и докторантуру (PhD) на уровне современных требований	чел.	-	-	1	1
5.	Совершенствующая цифровая материально-техническая база может привести к быстрому старению существующей базы	Своевременный плановый закуп современного оборудования (компьютеров) и постоянное обновление программного обеспечения. Закуп компьютеров и программного обеспечения согласно плану закупок Университета.	шт.	-	1	-	2
6.	Прекращение договоров о сотрудничестве с индустриальными и партнерами.	Заключение договоров с ведущими предприятиями отрасли на прохождение практик/стажировки и дальнейшего трудоустройства (с пролонгацией).	шт.	4	5	5	5
7.	Увеличение среднего возраста ППС	Приглашение молодых кадров с ученой степенью и/или степенью магистра. Создание благоприятных условий для карьерного роста молодых специалистов.	чел.	-	1	-	1
8.	Слабая активность ППС по публикациям научных работ в	Составить план публикаций ППС в журналах ККСОН и зарубежных изданиях с ненулевым импакт-фактором.	шт.	1	1	1	1

	журналах с высокими индексами цитируемости	Принимать активное участие профессорско-преподавательского состава в конкурсах, объявленных Министрствами РК и международными организациями на получение грантов финансируемых НИР	наличие	Постоянно
--	--	--	---------	-----------

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ МЕРОПРИЯТИЙ ПЛАНА РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

---

Для успешной реализации Плана развития образовательной программы кафедры «Экономика и финансы» планирует на системной основе осуществлять мероприятия, включающие:

- совершенствование образовательной программы с учетом мнения потенциальных работодателей;
- составление плана издания учебников, учебных пособий и методических указаний по образовательным программам;
- активная реализация академической мобильности обучающихся и ППС;
- расширение научного сотрудничества и партнерских связей с ведущими зарубежными университетами и научными центрами, привлечение ведущих зарубежных ученых к выполнению научных исследований и чтения лекций для обучающихся;
- увеличение числа ППС, владеющих иностранным языком;
- подача заявок на конкурс по научным проектам, МОН РК и др.;
- заключение дополнительных хоздоговорных НИАРК выполняемых по заказу;
- публикация научных статей в журналах, вошедших в базы Thomson Reuters, Scopus и Springer, в научных журналах с импакт-фактором;
- участие в национальном рейтинге специальностей среди вузов РК ежегодно;
- Подготовка и участие студентов в Республиканских олимпиадах по образовательной программе «Маркетинг»;
- постоянный мониторинг трудоустройства выпускников;
- заключение договоров с профильными предприятиями по прохождению профессиональной и преддипломной практики обучающимися.

## 6. МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

---

Проводить целенаправленную работу по увеличению количества государственных образовательных грантов, грантов местных исполнительных органов, гранты от работодателей по образовательной программе на основе

проведения профориентационной работы среди выпускников школ и колледжей.

Для реализации качественной образовательной программы ППС и сотрудниками кафедры будут разработаны каталоги элективных дисциплин с непосредственным участием работодателей. Внедрение новых инновационных технологий обучения и науки ППС кафедры активно будут реализовывать через реализацию академической мобильности с зарубежными вузами-партнерами и НИИ. Обеспечение высокой доли трудоустроенных выпускников образовательной программы путем организации и проведения ежегодной «Ярмарки выпускников» с привлечением работодателей из всех сфер различных форм хозяйствующих субъектов регионов Республики Казахстан.

Управление инновациями и внедрением результатов НИР в образовательный процесс охватывают все элементы учебной деятельности, при этом формы внедрения результатов НИР в образовательный процесс являются: чтение проблемных лекций по тематике НИР во взаимосвязи с будущей профессиональной деятельностью обучающихся (особенно в курсе «Введение в специальность»); введение новых теоретических разделов в лекции и семинары; введение новых работ в лабораторный практикум в учебной программой дисциплины; написание обучающимися рефератов, курсовых работ, теоретических обзоров по НИР; выездные лекционные и практические занятия на базе НИИ и предприятий-партнеров КазИТУ, связанных с НИР; выполнение обучающимися научно-исследовательских проектов по научным направлениям кафедры; привлечение обучающихся к экспериментальной научно-исследовательской работе по тематике НИР; подготовка обучающихся к участию в научных конференциях внутривузовского и вневузовского масштаба; разработка и оформление обучающимися для кафедры стендов, плакатов, слайдов, мультимедийных презентаций по проблематике и итогам НИР.

## **7. ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

---

В результате реализации плана развития ОП предполагается обеспечении социально-экономических эффектов:

- повышение качества профессионального образования и, как следствие конкурентоспособности специалистов;
- подготовка выпускников, удовлетворяющих потребности потенциальных работодателей;
- повышение роли работодателей в подготовке профессиональных кадров;
- повышение спроса на квалифицированные кадры, оптимизация их возрастной структуры;
- расширение возможностей профессиональной самореализации молодежи;
- предотвращение оттока перспективных педагогических кадров в

другие отрасли;

– обновление учебно-материальной базы (учебная, компьютерная и технологическая база, соответствующая современным требованиям и нормам).

## **8. МОДЕЛЬ ВЫПУСКНИКА ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

Выпускник должен иметь представление :

- научных философских, религиозных картинах мира, многообразии форм человеческого знания, соотношении истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального, о духовных ценностях и их значении;

- теоретико-методологических основах науки, политики, истории политической жизни; - основах гигиены человека и здорового образа жизни;

- основных положениях информатики и науки;

- экономических законах и формах их проявления;

- методах и инструментах государственной политики регулирования экономической жизни Казахстана и других стран, внешнеэкономической деятельности.

уметь:

- анализировать деятельность хозяйствующих субъектов, проводить научно обоснованный выбор необходимых форм организации управления;

- применять статистические, экономико-математические методы в профессиональной и практической деятельности;

- использовать принципы бухгалтерского и управленческого учета при организации финансово-хозяйственной деятельности;

- принимать маркетинговые решения на основе всестороннего факторного, дисперсионного, ковариационного, корреляционного, регрессионного, дискриминатного, кластерного анализов;

- проводить маркетинговые исследования и анализировать конъюнктуру товарных рынков;

- разрабатывать корпоративные, функциональные и инструментальные маркетинговые стратегии и тактику их реализации;

- квалифицированно проводить экспертизу и сертификацию продукции;

- анализировать показатели сбыта в целом и по товарным ассортиментным группам, статистические показатели страны, оформлять результаты переговоров;

владеть: - знаниями о развитии общества, многообразии культур, цивилизаций, форм социального опыта, месте Казахстана во всемирном историческом процессе;

- теоретическими знаниями и практическими навыками проведения всех видов статистического наблюдения, группировки и анализа;

- методами анализа информации и маркетинговых возможностей хозяйствующих субъектов; - методами определения технических, эксплуатационных, экономических, эстетических и других параметров потребительских товаров и средств производства;

- практикой осуществления международных коммерческих сделок, заключения контракта купли-продажи и ведения коммерческих переговоров;
  - проведения всех видов статистического наблюдения, группировки и анализа;
  - маркетингового анализа и контроля;
  - осуществления маркетинговых исследований;
  - определения показателей конкурентоспособности потребительских и промышленных товаров/услуг;
  - осуществления коммерческих сделок, заключения контрактов купли-продажи и ведения коммерческих переговоров, в том числе на международных рынках;
  - моделирования;
  - экономико-математического моделирования прогнозных значений рынка.
- быть компетентным в вопросах:
- правового обеспечения деятельности хозяйствующих субъектов;
  - применения и соблюдения республиканских и международных норм стандартизации и сертификации продукции;
  - государственного регулирования страны;
  - использования этики в маркетинговой деятельности;
  - проведения маркетингового анализа;
  - управления маркетинговой деятельностью;
  - разработки стратегии и тактики маркетинга

## 9. ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Целевые индикаторы	Отвественный	Ед. изм.	В плановом периоде				
				2021	2022	2023	2024	2025
<b>АКАДЕМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b>								
1.	Подготовка к программной аккредитации	ДАВ, ЗК	Срок и	-	-	-	сентябрь-декабрь	январь-март
2.	Трудоустройство выпускников	ОКД	%	69	70	70	85	85
3.	Обновление содержательной части ОП	ДАВ, ЗК РГ	%	-	15	10	15	10
4.	Проведение круглых столов по обсуждению содержания ОП	ЗК	Кол-во	-	1	1	1	1
5.	Проведение мастер-классов/открытых лекций приглашенными практиками/учеными в рамках программы «Лидер отрасли», «Профессионал отрасли»	ЗК	Кол-во	1	2	3	3	3
6.	Разработка и внедрение дудипломной образовательной программы с зарубежным вузом-	ДАВ, ЗК						

№ п/п	Целевые индикаторы	Ответственный	Ед. изм.	В плановом периоде				
				2021	2022	2023	2024	2025
	партнером:							
	6.1 Определение вуза-партнера, согласование структуры, учебных планов, механизмов реализации ОП;	ДАВ, ЗК	Кол-во	-	1	-	1	-
	6.2 Внедрение двудипломной ОП	ДАВ, ЗК	Кол-во	-	-	1	-	1
7.	Подготовка учебных пособий/учебников по ОП	ЗК, ППС	Кол-во	1	2	2	2	2
8.	Контингент обучающихся в том числе	ОК, ЗК						
	очное обучение	ПК, ЗК, ОР	Кол-во	35	45	50	55	60
	дистанционное обучение	ОКД	Кол-во	20	20	20	20	20
	Реализация программы Университетской профессиональной ориентации среди абитуриентов	ЗК, ППС, ОКД	Сроки	В течение года согласно Плану кафедры	В течение года согласно Плану кафедры	В течение года согласно Плану кафедры	В течение года согласно Плану кафедры	В течение года согласно Плану кафедры
9.	Количество студентов, прошедших обучение в зарубежных/отечественных вузах в течение одного академического периода (модуля) с обязательным перезачетом кредитов	ДАВ, ЗК, ДНРМС	Кол-во	-	-	1	1	-
10.	Количество студентов, обучающихся в университете по внутренней/внешней академической мобильности	ЗК, ППС, ОКД	Кол-во	-	-	1	1	-
11.	Количество иностранных граждан обучающихся в университете	ДАВ, ЗК, ДНРМС	Кол-во	-	2	3	4	5
	Реализация работы по профессиональной ориентации абитуриентов в странах ближнего зарубежья – Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан, Россия;	ПК, ОКД	Сроки	В течение года согласно Плану	В течение года согласно Плану	В течение года согласно Плану	В течение года согласно Плану	В течение года согласно Плану
12.	Количество приглашенных практиков для проведения занятий в течении семестра/учебного года	ЗК, ДАВ	Кол-во	-	1	2	3	3
13.	Базы профессиональной практики (договора с предприятиями)	ЗК, ОКД	Кол-во	2	3	4	5	6
<b>НАУЧНО-ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО</b>								

№ п/п	Целевые индикаторы	Отвечественный	Ед. изм.	В плановом периоде				
				2021	2022	2023	2024	2025
14.	Количество зарубежных вузов-партнеров	ДНРМС	Кол-во	-	1	1	2	1
15.	Количество ППС, прошедших стажировку в зарубежных организациях (вузы, научно-исследовательские организации)	ОК, ЗК, ДНРМС	Кол-во	-	1	1	1	1
16.	Принять участие в конкурсе на звание «Лучший преподаватель вуза».	ЗК, ДАВ	Кол-во	-	1	1	1	1
17.	Количество проектов, выполняемых в рамках международных конкурсов и МОН РК	ЗК, ДНРМС	Кол-во	-	1	1	1	1
18.	Количество ППС, участвующих в выполнении фундаментальных, прикладных и хозяйственных проектах (конкурсы МОН РК и др. отраслевых министерств и ведомств РК).	ДНРМС, ЗК	Кол-во	-	1	1	1	1
19.	Доля обучающихся, участвующих в научных проектах.	ДНРМС, ЗК	%	-	10	10	15	20
20.	Количество «start-up» проектов, получивших возможность коммерциализации своей продукции	ДНРМС, ЗК	Кол-во	-	1	1	1	1
21.	Количество проведенных Международных конференций, совещаний и других мероприятий с участием зарубежных ученых.	ДНРМС, ЗК	Кол-во	1	1	1	1	2
22.	Количество научных публикаций ППС, опубликованных в научных изданиях, входящих в базу данных международных агентств	ДНРМС, ЗК	Кол-во	1	1	2	2	2
23.	Количество научных публикаций ППС, опубликованных в научных изданиях, рекомендованных ККСОН МОН РК	ДНРМС, ЗК	Кол-во	3	4	6	8	8
24.	Доля студентов, принявших участие в различных республиканских, международных научно-практических и образовательных мероприятиях (конференции, форумы, школы и т.п.):	ДНРМС, ЗК	%	5	10	15	20	30
25.	Доля ППС, прошедшие курсы языковой подготовки	ОК, ЗК	%	10	20	30	40	50
<b>СОЦИАЛЬНО-МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА</b>								
26.	- Участие ППС в «Школе эдвайзеров-кураторов»;	ЗК, Э, ДМП	%	100	100	100	100	100
	- Участие в Совете эдвайзеров-кураторов;	Э, ДМП	%	100	100	100	100	100
	Участия ППС в воспитательной	ЗК,	%	100	100	100	100	100



№ п/п	Целевые индикаторы	Отвественный	Ед. изм.	В плановом периоде				
				2021	2022	2023	2024	2025
	работе студентов университета	ППС, ДМП						
27.	Увеличение доли студентов, участвующих в студенческих организациях самоуправления (по кафедре «Экономики и финансы»);	ЗК, ДМП	%	10	10	10	10	10
28.	Доля участвующих в волонтерских движениях (благотворительные и экологические субботники, работа в детских спец.учреждениях и т.д.)	ЗК, ППС, ДМП	%	20	25	25	30	30
	- Количество мероприятий, организованных в общежитиях (по кафедре «Экономики и финансы»)	ДМП, ЗК, Э	%	2	2	2	2	2
29.	Проведение мероприятий, способствующих формированию у молодежи потребности в занятиях физической культурой, спортом и туризмом, сохранение и укрепление здоровья, развитие студенческого спорта (совместно с кафедрой «СГД»)	КДМ, ДМП, Э	Кол-во	2	2	2	2	2
	Участие ППС в спортивных мероприятиях	ДМП, ЗК	%	20	30	40	50	60
30.	- Доля студентов, вовлеченных в посещение общеуниверситетских мероприятий, музеев, театров, выставок;	Э, ДМП	%	50	60	70	80	80
	- Количество мероприятий, посвященных встречам с общественными, государственными деятелями культуры, искусства и спорта.	ДМП, ЗК, Э	Кол-во	2	2	2	2	2
31.	Предоставление информации для обновления страницы кафедры «Экономики и финансы» на сайте kazetu.kz.	ЗК, ДИТ	Кол-во	5	10	12	15	20

## 10. SWOT-АНАЛИЗ

SWOT-анализ по Плану развития образовательной программы «6В04106 – Маркетинг»:

<b>Сильные стороны (Strengths)</b>	<b>Возможности (Opportunities)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Негосударственный характер КазИТУ, в связи с чем он может инвестировать в инновационные проекты.</li><li>2. Обучение по новым IT-технологиям привлекают абитуриентов и обучающихся.</li><li>3. Потребность со стороны предприятий в специалистах по данной образовательной программе.</li><li>4. Собственные здания и материально-техническое обеспечение.</li><li>5. Устойчивое финансовое положение вуза.</li><li>6. Проведение фундаментальных и прикладных научных исследований.</li><li>7. Благоприятные условия для культурного и интеллектуального развития, формирования здорового образа жизни обучающихся и сотрудников.</li><li>8. Взаимодействие университета с работодателями, профильными научно-исследовательскими институтами.</li></ol>	<p>Университет расположен в Академгородке, в окружении нескольких близких по направлениям НИИ, что дает возможность эффективно использовать их научно-исследовательскую базу и кадровый научный потенциал.</p> <p>Адаптация образовательной программы к профессиональным стандартам с учетом интересов ключевых работодателей.</p> <p>Развитие международного сотрудничества, академической мобильности, двудипломной/ совместной образовательной программы.</p> <p>Престижность и спрос на технические и технологические специальности.</p> <p>Международная аккредитация ОП.</p> <p>Создание и поддержка студенческих конструкторских бюро</p> <p>Активная работа в социальных сетях.</p>
<b>Слабые стороны (Weaknesses)</b>	<b>Угрозы (Threats)</b>
<p>Отсутствие программной аккредитации.</p> <p>Крупные компании менее охотно идут на сотрудничество с частными вузами.</p> <p>Не обеспечена широкая международная узнаваемость университета.</p> <p>Слабая публикационная активность ППС в изданиях индексируемых в Web of Science и Scopus по направлению образовательной программы.</p> <p>Низкий уровень коммерциализации инновационных проектов и научных разработок как студентов так и ППС.</p> <p>Слабый уровень владения ППС иностранными языками.</p> <p>Отсутствие двудипломной образовательной программы.</p> <p>Отсутствие договора о совместной деятельности с крупными энергетическими компаниями.</p> <p>Слабая заинтересованность со стороны промышленных предприятий и субъектов бизнеса в развитии и финансировании научных исследований.</p>	<p>Отсутствие выпуска по ОП, что не дает показатели по трудоустройству.</p> <p>Интенсивная динамика изменения внешней среды (социально-экономическая обстановка).</p> <p>Высокая степень конкуренции;</p> <p>Не достаточный высокий уровень знания абитуриентами иностранных языков.</p> <p>Низкий уровень мотивации труда научных работников в системе высшего образования РК и девальвация научных степеней и званий.</p> <p>Образовательная программа не может участвовать в рейтингах НПП «Атамекен» до наличия выпуска студентов, что может косвенно повлечь снижение количества поступающих на образовательную программу.</p>

**Разработчики образовательной программы:**

Заведующий кафедрой  
«Экономика и финансы», к.э.н.,  
ассоциированный профессор



Б.Н. Татибеков

Доктор PhD, ассоциированный  
профессор кафедры «Экономика  
и финансы»



Б.С. Утегулова

Лектор кафедры «Экономика и  
финансы»



Г.Б. Демеуова

Директор ТОО «А.Н.Р»



О.Е. Шмиров

Директор ТОО «MEDDEZ-  
2016»



У. Абилбайкызы

Студент 3 курса специальности  
«6B04106 – Маркетинг»



А.Р. Исламбек