



БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ПАСПОРТЫ

- 7M04106 Маркетинг (бейіндік)

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ МАҚСАТЫ

маркетинг саласындағы магистрлерді даярлау кәсіби мәдениетті деңгейі жоғары, маркетингтік қызметті ұйымдастыру және басқару мәселелерін шешуде кәсіби құзыреттілікке ие; нарық сұранысына бағдарланған кәсіпорындардың тиімді дамуына ықпал ететін маркетингтің тауарлық, бағалық, бөлу және коммуникациялық стратегиясын таңдау және іске асыруға қатысты шешімдер қабылдау

КӘСІБИ ҚЫЗМЕТ САЛАСЫ

Білім беру және бизнес, сондай-ақ ғылыми-зерттеу және өндірістік-басқару қызметі, маркетинг қағидаттарын қолдануға негізделген мемлекеттік реттеу

ОҚЫТУ НӘТИЖЕЛЕРІ (ОН)

ОН1-ғылым мен ғылыми танымның рөлін түсінеді, оның құрылымы, нысандары мен әдістері, маркетингтік қызметте ғылым, техника мен технология жетістіктерін дамыту және пайдаланумен байланысты әлеуметтік және этикалық проблемалар туралы түсінікке ие;

ОН 2 -маркетингтің жаңа теорияларының білім кешенін қолданады, нарықтағы ұйымдастырушылық және тұтынушылық мінез-құлықтың даму тенденцияларын, жобалар мен бизнес-процестерді басқарудың инновациялық дамуын түсінеді; жаңа кәсіби білімді өз бетінше таба, реттей және құрылымдай алады;

ОН3 - нарықты, тұтынушыларды, инновациялық әдістер мен ақпараттық технологияларды пайдалануға бағытталған маркетинг түрлерін дамыту мониторингіндегі маркетингті дамытудағы өзекті мәселелерді зерттейді;

ОН4 - маркетингтің инновациялық теориясы мен практикасы негізінде басым мәні бар тауарлар, қызметтер, өңірлер, жаңа технологиялар маркетингін дамыту үшін зерттеу жобаларын әзірлейді; әлеуметтік маңызы бар проблемалар мен процестерді сыни бағалайды және өз жұмысында әлеуметтік-гуманитарлық және іргелі ғылымдар әдістерін пайдаланады;

ОН5 - маркетингтік ақпаратты талдау, өңірлік дамуды бағалау, ұйымдардың маркетингтік қызметінде басқарушылық шешімдерді қолдану негізінде кәсіпорын қызметін стратегиялық және жедел жоспарлау үшін ұсынымдар әзірлейді.

ОН6 - мемлекеттік, орыс және шет тілдерінде кәсіби және күнделікті тақырыптарға қатынасады, этномәдени және конфессиялық айырмашылықтарды және қоғамның әлеуметтік-мәдени құрылымының ерекшеліктерін ескере отырып, көпмәдениетті ортада кәсіби қызметті ұйымдастыру тәсілдерін біледі;

ОН7 - маркетингтік қызметтің тиімділігін бағалайды, компаниялардың сандық және әлеуметтік беделіне мониторинг жүргізеді, компанияның сыртқы және ішкі ортасына мониторинг жүргізеді, Маркетинг кешені элементтерінің тиімділігін, негізгі бәсекелестердің маркетингтік қызметінің нәтижелерін, инновациялық маркетинг әдістерін пайдалану перспективаларын, интерактивті маркетингтік коммуникацияларды айқындайды.

ОН8 - нарықты, тұтынушылардың, бәсекелестердің, компания персоналының мінез-құлқын талдау саласында заманауи технологияларды қолдана отырып, маркетингтік зерттеулерді жоспарлайды, ұйымдастырады және жүргізеді; әлеуметтік корпоративтік беделді анықтау және басқару үшін әлеуметтік желілерге мониторинг