



# БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ПАСПОРТЫ

- 7M04106 Маркетинг
- (ғылыми-педагогикалық бағыт)

## 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)

**1 ОН** - ғылым мен ғылыми білімнің рөлін түсінеді, оның құрылымы, формалары мен әдістері, маркетингте ғылымның, техниканың және техниканың жетістіктерін дамытумен және қолданумен байланысты әлеуметтік-этикалық проблемалар туралы түсінікке ие;

**2ОН** - соңғы маркетингтік теориялар туралы білімдер кешенін қолданады, нарықтағы ұйымдастырушылық және тұтынушылық мінез-құлық, инновациялық даму, жобаларды басқару және бизнес-процестердің даму тенденцияларын түсінеді; жаңа кәсіби білімді өз бетінше іздеуді, ұйымдастыруды және құрылымдауды үйренеді;

**3ОН** - маркетингті дамыту, нарықтардың өзгеруі, тұтынушылардың мінез-құлық модельдері, инновациялық әдістер мен ақпараттық технологияларды қолдануға бағытталған маркетинг түрлерін дамытудың өзекті мәселелерін зерттейді;

**4ОН** - маркетингтің инновациялық теориясы мен практикасына негізделген тауарлардың, қызметтердің, аймақтардың, жаңа технологиялардың маркетингін дамыту бойынша ғылыми жобалар әзірлейді;

**5ОН** - қызметтің этикалық, тұрақты және әлеуметтік жауапкершілік стандарттарына бағытталған мақсаттарға, клиенттердің күтуіне және компания саясатына сәйкес маркетинг тактикасы мен стратегиясын жасайды;

**6ОН** - мемлекеттік, орыс және шетел тілдеріндегі кәсіби және күнделікті тақырыптарда сөйлеседі, этномәдени және конфессиялық айырмашылықтар мен қоғамның әлеуметтік-мәдени құрылымының ерекшеліктерін ескере отырып, көпмәдениетті ортада кәсіби қызметті ұйымдастыру тәсілдерін меңгереді;

**7ОН** - маркетингтік қызметтің тиімділігін бағалайды, компаниялардың цифрлық және әлеуметтік беделін бақылайды, маркетингтік микс элементтерінің тиімділігін, негізгі бәсекелестердің маркетингтік қызметінің нәтижелерін, маркетингтің инновациялық әдістерін, перспективалық маркетингтік коммуникацияларды қолдану перспективаларын анықтайды.

**8ОН** - нарықты талдау, тұтынушылардың мінез-құлқы, бәсекелестер, компания персоналы саласындағы заманауи технологияларды қолдана отырып маркетингтік зерттеулерді жоспарлайды, ұйымдастырады және жүргізеді; компанияның сыртқы және ішкі ортасын бақылайды, әлеуметтік корпоративтік беделді анықтау және басқару үшін әлеуметтік желілерді қадағалайды;

**9ОН** - бренд пен позициялау стратегияларын, брендті басқаруды анықтайды және брендті қорғау, брендтің болашақ қызметін хабарлау үшін оның тиімділігін бақылау және өлшеу бойынша нақты нұсқаулықтар ұсынады; өнімнің бүкіл өмірлік циклі ішінде өнімнің портфолиосын әзірлеу бойынша ұсыныстарды жоспарлайды;

**10 ОН** - тиімді қарым-қатынас бойынша шешімдерді ұсынады, маркетинг саласында кәсіби құзыреттері, маркетингтік қызметті ұйымдастыру және басқару мәселелерін шешуде дағдылары бар магистрлерді даярлау; кәсіпорынның тиімді дамуына ықпал ететін, нарықтың қарқынды дамып келе жатқан сұраныстарына бағытталған маркетингтің тауарлық, бағалық, бөлу және коммуникациялық стратегиясын таңдау және іске асыру бойынша шешімдер қабылдайды