

Esil University

«Экономика және маркетинг» кафедрасы



Бекітемін
Ғылым Кеңес
Төрағасы
А.А. Таубаев

2025 ж

7M04111 «Маркетинг» білім беру бағдарламасының
ТӨЛҚҰЖАТЫ
(ҒЫЛЫМИ-ПЕДАГОГИКАЛЫҚ БАҒЫТ)

Астана, 2025

ББ атауы	7M04111 Маркетинг	
Білім беру саласының коды және жіктелуі	7M04 Бизнес, басқару және құқық	
Дайындық бағытының коды және жіктелуі	7M041 Бизнес және басқару	
ББ мақсаты	терең ғылыми және педагогикалық дайындыққа ие, ғылым мен өндірістегі заманауи ғылыми және практикалық мәселелерді тұжырымдай және шеше алатын, заманауи кәсіпорындар мен нарықтық құрылымдар талап ететін, маркетингтік және басқарушылық міндеттерді тиімді шеше алатын жоғары білікті экономикалық мамандарды даярлау.	
ҰБШ, СБШ, БСХС бойынша деңгей	ҰБШ - 7 СБШ - 7 БСХС - 7	
Кәсіби қызмет саласы	Тұтынушының талаптарын, кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктерін, салалық ерекшелігін, технологияларды, өндірісті ұйымдастыруды ескере отырып, нарықта тиімді қызмет ету мақсатында әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы кәсіпорындар қызметтерінің өзара іс-қимылын қамтамасыз етуге арналған кәсіптік қызметті қамтиды	
ББ айрықша ерекшеліктері	(ПКК/ЕДП/академиялық алмасу/ дуалды оқыту/ Көптілділік/ эксперименттік және т. б) Екі дипломды ОП (ДДОП). Университет Каннам университетімен (Оңтүстік Корея) және Еуропа университетімен (Швейцария) бірлесе отырып, қос дипломды білім беру бағдарламасын жүзеге асыруда.	
Кәсіби қызмет объектісі	ББ бойынша түлектердің кәсіби қызметінің объектілері: мемлекеттік мекемелер, қызмет көрсету кәсіпорындары, өндірістік және делдалдық кәсіпорындар, жобалау және ғылыми-зерттеу институттары, қоғамдық ұйымдар, ғылыми-өндірістік, білім беру мекемелері болып табылады	
Түлектерді жұмысқа орналастыру орындары	Түлектер отандық және халықаралық өндірістік және сауда компанияларында, коммерциялық емес ұйымдарда, мемлекеттік басқару органдарында және қызмет көрсету саласында жұмыс істей алады.	
құзыреттіліктер/ оқыту нәтижелері		
Кәсіптік	Жалпы кәсіптік	Жалпы білім беру
ON 5 - Маркетингті және оның функцияларын түсінеді, оның процестері мен міндеттерін әртүрлі салалар мен қызметтерде басқарады, сонымен қатар жан-жақты маркетингтік зерттеулер негізінде тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторларды терең түсінеді.	ON 3 - Маркетингтік ақпаратты талдау үшін математикалық және статистикалық әдістерді қолданады, бизнесті зерттеу әдістемелерін әзірлейді	ON1 – Ғылымда оның дамуының қазіргі кезеңінде туындайтын негізгі дүниетанымдық және әдіснамалық мәселелерді, оның ішінде пәнаралық сипаттағы мәселелерді талдайды, ғылым философиясының ережелері мен категорияларына негізделген әртүрлі фактілер мен құбылыстарды бағалайды.
ON 6 - Ұйымды нарықта ілгерілету үшін цифрлық маркетинг құралдары мен әлеуметтік медианың	ON 4 - Басқару шешімдерін қабылдаудың барлық деңгейінде қаржылық менеджмент	ON 2 - Шет тілінде ғылыми ақпаратты жазбаша түсіндіруді, ғылыми зерттеу әдістерін

көмегімен компанияның әртүрлі брендтерін тиімді басқара отырып, маркетингтік стратегияларды әзірлеу үшін нарық мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлерін талдайды.	тұжырымдамасын зерттей отырып, қазіргі заманғы қаржылық менеджменттің максаттарын, міндеттерін, әдістері мен принциптерін және бизнесті жүргізудің құқықтық негіздерін анықтайды.	және жоғары оқу орындары педагогикасының теориялық негіздерін, басқару психологиясын біледі
ON 7- Халықаралық бизнестегі ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдердің тиімділігін талдау және бағалау әдістерін біледі	.	.
ON 8 - Логистиканы пайдаланудың экономикалық тиімділігін анықтай алады, өндірістегі материалдық ағындарды басқаруда логистикалық тәсілді қолданудың тиімділігін арттырады.		
Оқыту түрі	Күндізгі	
Оқу мерзімі	Мамандарды даярлау күндізгі оқу нысаны бойынша жүргізіледі. Оқу мерзімі 2 жыл	
Оқыту тілі	Қазақ, орыс	
Кредит көлемі	120	
Берілетін академиялық дәреже	«Маркетинг» білім беру бағдарламасын аяқтағаннан кейін экономика ғылымдарының магистрі академиялық дәрежесі беріледі.	
Әзірлеуге жауапты құрылымдық бөлімше	Экономика және маркетинг кафедрасы	
Кәсіптік стандарт	Нарықтарды талдау саласындағы қызмет. Туристік өнімді ілгерілету. Жоғары және (немесе) жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдарының педагогтеріне (профессор-оқытушылар құрамына) арналған кәсіптік стандарты	
Осы ББ бойынша оқыту үшін алдыңғы білім деңгейі	Жоғары білім	
ББ Аккредитациясының / лицензиясының болуы	26.05.2023-25.05.2026	
ББ бекіткен күні	Хаттама № _____ от _____ 2025	

2.Құзыреттілік картасы
7M04111 – «Маркетинг»

№ п/п	Құзыреттілікті қалыптастыру	Код	Құзыреттіліктің мазмұны	Құзыреттілікті қалыптастыратын білім беру бағдарламасының элементтері
1	ЖҚ 1	Жалпы білім, ой-өрісі кең, эмоционалды интеллект	Ғылыми зерттеулер жүргізуге және жоғары оқу орындарында арнайы пәндерді оқытуды жүзеге асыруға мүмкіндік беретін кәсіби деңгейде шет тілін еркін меңгере білу, Ғылым тарихы мен философиясына негізделген қазіргі теория мен практиканың шындықтарын талдау және түсіну	Шет тілі (кәсіби), Басқару психологиясы, Жоғары білім беру педагогикасы, Ғылым тарихы мен философиясы
2	ЖҚ 2		Зерттеудің жана әдістерін өз бетінше үйрену қабілеті, сондай-ақ өзінің кәсіби қызметінің ғылыми және ғылыми-өндірістік бейінін өзгерту қабілеті.	Ғылыми зерттеулердің әдістемесі мен әдістемесі, Педагогикалық практика
3	ЖҚ 3		Стратегиялық шешімдерді негіздеуде маркетинг әдістерін қолдана білу.	Қолданбалы маркетинг, тұтынушылардың мінез-құлқын талдау
4	АҚ 4	Арнайы құзыреттіліктер	Ғылыми зерттеулерде үлкен деректерді өңдеу және талдау үшін ЖИ қолдану. - Ғылыми эксперименттерді Автоматтандыру және ақпарат іздеу үшін ЖИ қолдану. - ЖИ модельдерінің сапасын және олардың ғылыми жұмыста қолданылуын бағалау.	«Ғылыми зерттеулердегі жасанды интеллект»
5	АҚ 5		экономикалық ақпаратты математикалық және статистикалық өңдеу мен зерттеудің негізгі әдістерін меңгеру	Әлеуметтік-экономикалық зерттеулердегі статистикалық әдістер, Нарықты талдау құралдары
6	АҚ 6		салалық ерекшелікті және іс-қимылды аумақтық қамтуды ескере отырып, өнеркәсіп салаларында,	Интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар, ҚР өнеркәсіптік

			айналым және қызмет көрсету салаларында, коммерциялық емес ұйымдарда ұйымдардың қызметінде маркетинг кешенін тиімді қолдану.	кәсіпорындардың, ҚР қызмет нарығындағы маркетинг
7	АҚ 7		дағдыларды меңгеру: логистикалық талдау жүргізу; тарату жүйесіндегі қоймалардың оңтайлы санын анықтау	Маркетингтік логистика
8	КҚ 8	Кәсіптік құзыреттілік	Кәсіпорынның маркетингтік ортасын талдау кезінде ақпаратты жүйелеу және жалпылау, талдау нәтижелерін түсіндіру, маркетингтік ортаны талдау нәтижелері негізінде маркетингтік стратегияларды әзірлеу.	Зерттеу практикасы, тағылымдама, магистрлік диссертация, ФЗЖМ
9	КҚ 9		Кәсіпорынның қаржы ағындарын жоспарлау мен басқаруды жүзеге асыра білу, шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық қызметіне талдау жасай білу; кәсіпкерлік қызметті реттеу саласындағы мемлекет саясатының құқықтық негіздерін және Қазақстан Республикасының негізгі Кәсіпкерлік құқық институттары туралы теориялық ережелерді білу	Қаржылық менеджмент, Кәсіпкерлік құқық (жетілдірілген курс)
10	КҚ 10		Білу: тұтынушының тауарды сатып алу туралы шешім қабылдауға дайындығын ескеретін маркетингтік стратегияны әзірлеу; мәдениетаралық және жергілікті маркетингтік стратегияны қалыптастыру, компанияның онлайн нәтижелерінің тиімділігін талдау әдістерін меңгеру.	Брендті стратегиялық басқару, Маркетингте стратегиялық басқару, Digital маркетинг, Тұтынушылардың мінез - құлқын талдау

2. ОҚУ НӘТИЖЕЛЕРІНЕ ҚОЛ ЖЕТКІЗУ МАТРИЦАСЫ 7М04111 – «Маркетинг»

№	Пән атауы	академ кредит	құзыреттіліктер								
			ON 1	ON 2	ON 3	ON 4	ON 5	ON 6	ON 7	ON 8	
Базалық пәндер (ЖОО және таңдау бойынша)											
1	Ғылымның тарихы мен философиясы	Ғылымның тарихы мен философиясы зерттеу әдіснамасын дамыту және жаңа білім алу, зерттеу әзірлемелерін қолдану және олардың дамуы туралы ғылым болып табылады. Қолда бар білім негізінде ғылымның тарихы мен философиясы қолданыстағы әдістер мен құралдарға өз түсіндірмесін береді және бұрын белгісіз жаңа тәсілдерді алудың алғышарттарын қалыптастырады	3	✓							
2	Басқару психологиясы	«Басқару психологиясы» курсы магистранттардың кәсіптік қызметті талдау, кәсіби қызметтің психологиялық заңдарын қолдану, жеке тұлғаның ұйымдық мінез-құлқының технологиясы мен тұлғааралық қарым-қатынастарды қалыптастыру, басқарушылық функциялардың психологиялық ерекшеліктерін анықтау және олардың кәсіптік қызметке әсерін анықтаудың негізгі аспектілеріне арналған.	5	✓							
3	Жоғары мектеп педагогикасы	Пән магистранттарда жоғары мектеп оқытушысының кәсіптік-педагогикалық мәдениетінің негіздерін қалыптастыру, педагогикалық құзыреттілікті қалыптастыру, болашақ оқытушыларды жоғары мектеп педагогикасының жалпы проблематикасымен, әдіснамалық және теориялық негіздерімен таныстыру мақсатында оқытылады. Бұл пәнде оқытудың, дамытудың және кәсіптік даярлаудың заңдылықтары, мәні, принциптері, әдістері мен формалары, сондай-ақ білім беру процесін ұйымдастыру және жүзеге асыру; педагогиканың негізгі категориялары, жоғары мектеп педагогикасының жүйедегі және педагогтің практикалық қызметіндегі рөлі мен маңызы қарастырылады.	3	✓							
4	Шет тілі	Пән жалпы қабылданған негізгі нысандарда ғылыми ақпаратты шет тілінде жазбаша түрде көрсетуге үйрету мақсатында оқытылады. Бұл пәнде шет тілін еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болашақ магистрдің табысты кәсіби және ғылыми қызметі үшін қарым-қатынас құралы ретінде пайдалануға мүмкіндік беретін шет тіліндегі білім берудің халықаралық стандарттарына сәйкес құзыреттіліктерді игеру және жетілдіру қарастырылады, өйткені шет тілі	3		✓						

		арқылы жаңа білім мен технологиялар қол жетімді.									
5	Ғылыми зерттеулер әдістемесі мен әдіснамасы	Экономикалық зерттеулердің заманауи әдістерін негіздеу; ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарды жүргізуге, проблемаларды анықтаудан бастап, әдістемелік аппаратты зерттеу нәтижелерін тестілеуге дейін таңдау; экономикалық зерттеулерді ұйымдастыру және талдау; практикалық мәселелерді талдау және шешу үшін тиісті және тиімді әдістер мен экономикалық құралдарды таңдау. Пәнді оқу кезінде Excel талдау пакеті қолданылады.	5		✓						
6	«Ғылыми зерттеулердегі жасанды интеллект»	Пән ғылыми зерттеулерде қолданылатын жасанды интеллект (ЖИ) әдістері мен технологияларын зерттеуге бағытталған. Курс машиналық оқыту, табиғи тілді өңдеу, деректердің интеллектуалды талдауы және ғылыми іздеуді автоматтандыру негіздерін қамтиды. Ерекше назар үлкен деректерді өңдеу, күрделі процестерді модельдеу, болжау және ғылыми эксперименттерді автоматтандыру үшін ЖИ-ді қолдануға аударылады. Курс магистранттарға ғылыми қызметтің тиімділігін арттыру үшін заманауи ЖИ құралдарын меңгеруге көмектеседі.	5			✓					
7	Қаржылық менеджмент (жетілдірілген курс)	Қаржылық менеджмент саласындағы іргелі білімді игеруге, басқарушылық қаржылық шешімдерді негіздеуге және оларды компания деңгейінде жүзеге асыруға мүмкіндік беретін заманауи экономикалық ойлауды қалыптастыруға бағытталған тәжірибеге бағытталған курс. Компания активтерінің портфелін басқару, тәуекелдерді бағалау және басқару, қаржылық талдау әдістемесі, тәуекелді анықтау және өлшеу, ықтималдықтарды бөлу және күтілетін кірістілік, қаржы активтерінің кірістілігін бағалау модельдерімен жұмыс істеу мәселелерін зерттеуге ерекше назар аударылады	5				✓				
8	Әлеуметтік-экономикалық зерттеулердегі статистикалық әдістер	Экономикалық және әлеуметтік құбылыстарды талдау әдістері, әлеуметтік-экономикалық зерттеулерде статистикалық әдістерді қолдану әдістері зерттеледі. Ғаламдық компьютерлік желілер мен корпоративтік ақпараттық жүйелердегі ақпаратты талдау әдістері қарастырылады. Статистикалық деректерді пайдалана отырып, Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық процестері талданады. Әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштер болжанады.				✓					
Бейіндік пәндер (ЖОО және таңдау бойынша)											
9	Маркетингте стратегиялық	Маркетингтегі стратегиялық басқарудың мәні,	5				✓				

	басқару	маркетингтің бәсекелестік, тауарлық, бағалық, коммуникациялық стратегиясы, стратегиялық басқару процесінің мазмұны оқытылады. Дағдарыс жағдайында маркетингтің ерекшеліктері, нарықтарға талдау жүргізу әдістері, маркетинг стратегиясын талдау түсіндіріледі. Маркетингтік бизнес – стратегияны әзірлеу әдістері, фирмалардың маркетингтік қызметінің бағыттары бойынша стратегиялық шешімдерді әзірлеу әдістері ашылады.											
10	Брендті стратегиялық басқару	Стратегиялық брендті басқару әдістері, заманауи брендті дамытудың инновациялық жолдары, компаниялардың бренд саясаты саласындағы заңнамалық база, брендингтің даму перспективалары және нарықтың әртүрлі түрлерінде брендті қалыптастыру ерекшеліктері қарастырылады. Брендингтің ұйымдық формалары, бренд-менеджерлердің функционалдық міндеттері, тауар белгілерін жасау және дамыту, бренд активтерін басқару мәдениеті зерттеледі.					✓						
11	Қолданбалы маркетинг	Отандық фирмаларда маркетингті ұйымдастырудың қолданбалы мәселелері, нарық конъюнктурасын бағалауды жүргізудің практикалық құралдары, маркетинг тиімділігін бағалау қарастырылады. Нарықты зерттеу, сатып алу тәртібін зерттеу, нақты фирмалар мен нарықтардың мысалында нарықтың фирмалық құрылымын талдау әдістері зерттеледі. Фирманың маркетингтік қызметіне, отандық кәсіпорындар өнімінің бәсекеге қабілеттілігіне талдау жүргізу бойынша дағдылар қалыптасады.	5					✓					
12	Нарықты талдау құралдары	Маркетингтік зерттеулердің заманауи теориясы қарастырылады. Негізделген және тиімді маркетингтік шешімдер қабылдау үшін маркетингтік зерттеулер жүргізу әдістемесі ашылады. Маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін ақпаратты алудың, сақтаудың, өңдеудің негізгі әдістерін, тәсілдері мен құралдарын иелену, олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін әртүрлі кәсіпорындарда маркетингтік зерттеулерді жүзеге асыру дағдылары қалыптасады.	5			✓		✓					
13	Тұтынушылардың мінез - құлқын талдау	Тұтынушылардың мінез-құлқын талдау әдістері, тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторларды талдау, тұтынушылар сегментінің "бейінін" сипаттаудың әдістемелік тәсілдері оқытылады. Сатып алу тәртібіне кешенді талдау жүргізу, тұтынушыларды іздеу және сатып алушының келешегін бағалау дағдылары	5					✓					

		тиімділігі талданады. Іздеу оңтайландыру негіздері, Интернет желісіне қатысу стратегиясын әзірлеу, лидогенерация процестері ашылады										
19	Маркетингтік логистика	Маркетингтік логистикалық жүйені ұйымдастыру, тауарлар мен қызметтерді өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы материалдық ағындарды, қаржы және ақпараттық ағындарды жүйелік ұйымдастыру міндеттері зерттеледі. Функционалдық салалардың құраушылары қарастырылады маркетинг логистикасы. Материалдық ағындарды басқаруда логистикалық тәсілді қолданудың тиімділігі талданады, тарату жүйесіндегі қоймалардың оңтайлы санын есептеу жүргізіледі.										✓
	ББ бойынша кредит саны		120									

Білім беру бағдарламасының модульдері аясында берілген несиенің көлемін көрсететін жиынтық кесте

Курс /Курс	Семестр /Семестр	Менгерілетін модульдер саны Количество осваиваемых модулей	Оқылатын пәндер саны Количество изучаемых дисциплин					Кредит көлемі / Объем кредитов					Саны/Количество		
			ЖООК / ВК	ТК/КВ	Теориялық білім Теоретическое обучение	МҒЗЖ/НИРМ	Зерттеу тәжірибесі Исследовательская практика	Педагогикалық практика Педагогическая практика	Қорытынды аттестация Итоговая аттестация	Барлығы Всего	Барлық сағат саны Всего в часах	Емтихан Экзамен	Есеп Отчет	Курстық жұмыс Курсовая работа	
1	1	2	4	3	29	1				30	900	7	1		
	2	2	1	2	15	8	4	3		30	900	3	1		
2	3	1		4	20	1	6	3		30	900	4	2		
	4					14	8			30	900		2		
Барлығы Всего :		5	5	9	64	24	18	6	8	120	3600	14	6		

Экономика және маркетинг кафедрасының отырысында қаралды

2025 жылғы «14» 04 жылғы № 9 хаттама

Кафедра меңгерушісі



Замбинова Г.К.

Бизнес және басқару факультеті Кеңесінің отырысында қаралды, хаттама № 9 «15» 04 2025 ж

Декан



Алина Г.Б.

Университеттің ҒӘК отырысында қаралды «17» 04 2025 жылғы № 9 хаттама

Төрайымы



Мақыш С.Б.