

Рассмотрено на заседание совета
экономического факультета
Протокол № 8
« 16 » 02 2023 г.



ПЛАН РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 6B04104 – «Digital Маркетинг»

Аналитическое обоснование программы. Сведения об образовательной программе.
Образовательная программа 6B04104 – «Digital Маркетинг» (бакалавриат), направлена на подготовку высококвалифицированных специалистов, обладающих знаниями и навыками в области цифрового маркетинга. Приобретение обучающимися в процессе освоения профессиональных образовательных программ знаний, умений, навыков и формирование компетенции определённого уровня и объёма, позволяющих вести профессиональную деятельность в сфере маркетинга и выполнять работу по конкретной профессии или специальности. Участвовать в научно-исследовательских разработках по созданию инновационного продукта от зарождения идеи до его коммерциализации и распространения.

Образовательная программа 6B04104 – «Digital Маркетинг» (бакалавриат), разработана в соответствии с Национальной рамкой квалификаций, согласованы с Дублинскими дескрипторами и Европейской рамкой квалификаций.

Целью образовательной программы является подготовка высококвалифицированных бакалавров бизнеса и управления, которые освоят инструменты традиционного маркетинга, а также знания в области интернет-маркетинга и навыки ведения электронной коммерции, смогут решать маркетинговые задачи с помощью современных информационных технологий и программного обеспечения.

Задачами программы являются следующие:

1. Организация и непосредственное участие выпускников в проведении комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений.
2. Выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж.
3. Участие в разработке и экономическом обосновании оперативных и стратегических планов деятельности предприятия на национальном и международных рынках.
4. Раскрыть современные подходы к организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности.
5. Участие в сборе и анализе информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных.
6. Решение задач оптимизации маркетинговой деятельности, смещая акценты в область скорости принятия адекватных информационным потокам решений.
7. Использование современных информационных технологий в решении задач маркетинга на электронном рынке.

Перечень мероприятий плана развития ОП

№	Мероприятия	Сроки
1	Совершенствование ОП при непосредственном участии потенциальных работодателей	2023-2027
2	Повышение квалификации, острепенности молодых ППС через докторантуру по программе PhD, прохождение стажировок	2023-2027
3	Привлечение профессоров зарубежных ведущих вузов к преподавательской и научной деятельности	2023-2027
4	Повышение научного потенциала ППС путем участия в конкурсах на получение грантов, финансируемых МСХ КР, а также хоздоговорных видах деятельности	2023-2027
5	Публикация научных статей в журналах, вошедших в базы Thomson Reuters, Scopus и Springer, в научных журналах с ненулевым импакт-фактором	2023-2027
6	Обеспечение на постоянной основе академической мобильности обучающихся и ППС	2023-2027
7	Заключение договоров с профильными предприятиями по прохождению производственной и преддипломной практики обучающимися	2023-2027
8	Заключение договоров с профильными предприятиями по организации дуального обучения	2023-2027
9	Открытие филиала кафедры на предприятиях Республики Казахстан в сельскохозяйственном и других отраслях экономики	2023-2027
10	Усиление деятельности Ассоциации выпускников с целью поддержания одаренной молодежи по ОП	2023-2027
11	Постоянный мониторинг трудоустройства выпускников	2023-2027
12	Усиление позиций ОП в национальных рейтингах вузов Атамекен и др.	2023-2027

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмент и маркетинг
 Протокол № 7 от «14» 02 2023 г.