

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ  
КАЗАХСТАН**

**Акционерное общество  
«Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина»**

**ОТЧЕТ ПО САМООЦЕНКЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
БАКАЛАВРИАТА - 5В051100 МАРКЕТИНГ,  
МАГИСТРАТУРЫ – 6М051100 МАРКЕТИНГ,  
ДОКТОРАНТУРЫ – 6D051100 МАРКЕТИНГ  
В РАМКАХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ АККРЕДИТАЦИИ НААР**





**ОТЧЕТ ПО САМООЦЕНКЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
БАКАЛАВРИАТА - 5В051100 МАРКЕТИНГ,  
МАГИСТРАТУРЫ – 6М051100 МАРКЕТИНГ,  
ДОКТОРАНТУРЫ – 6D051100 МАРКЕТИНГ  
В РАМКАХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ АККРЕДИТАЦИИ НААР**

**АСТАНА, 2019**

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |     |
|--|-----|
| Определения и сокращения   | 5   |
| Нормативные ссылки   | 8   |
| Общая информация   | 9   |
| 1 Краткий обзор деятельности АО КАТУ им. С. Сейфуллина                                       | 10  |
| 2 Управление образовательной программой  | 17  |
| 3 Управление информацией и отчетностью   | 42  |
| 4 Разработка и утверждение образовательной программы   | 52  |
| 5 Постоянный мониторинг и периодическая оценка образовательных программ                      | 70  |
| 6 Студентоцентрированное обучение, преподавание и оценка успеваемости                        | 77  |
| 7 Обучающиеся  | 82  |
| 8 Профессорско-преподавательский состав  | 107 |
| 9 Образовательные ресурсы и системы поддержки студентов                                      | 117 |
| 10 Информирование общественности   | 126 |
| 11 Стандарты в разрезе отдельных специальностей  | 135 |
| Результаты выполнения рекомендаций внешней экспертной комиссии по предыдущей аккредитации ОП | 140 |
| Заключение комиссии по самооценке  | 146 |
| Приложения   |     |

## ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

**Бакалавриат:** Профессиональная учебная программа высшего образования с нормативным сроком освоения не менее 4 лет с присуждением академической степени бакалавр экономик и бизнеса.

**Магистратура:** Профессиональная учебная программа послевузовского образования с нормативным сроком освоения 2 года (научно-педагогического направления) с присуждением академической степени магистра экономических наук.

**Докторантура:** Профессиональная учебная программа послевузовского образования с нормативным сроком освоения 3 года (научно-педагогического направления) с присуждением ученой степени доктора PhD.

**Индивидуальный учебный план:** Документ, составляемый ежегодно самостоятельно студентом на учебный год на основании типового учебного плана и каталога элективных дисциплин, и содержащий перечень учебных дисциплин, на которые он записался и количество кредитов или академических часов; индивидуальный учебный план отражает образовательную траекторию конкретного студента.

**Каталог элективных дисциплин:** Документ, содержащий перечень учебных дисциплин, их объем, формы промежуточного контроля (курсовые работы (проекты), расчетно-графические работы и др.), определяемых высшим учебным заведением самостоятельно и предлагаемых студентам для изучения по выбору.

**Кредитная технология обучения:** Образовательная технология, направленная на повышение уровня самообразования и творческого освоения знаний на основе индивидуализации, выборности образовательной траектории и учета объема освоенного учебного материала в виде кредитов.

**Компонент по выбору:** Перечень учебных дисциплин и соответствующих минимальных объемов кредитов или академических часов, предлагаемых высшими учебными заведениями, выбираемых студентами самостоятельно и изучаемых в любом академическом периоде.

**Рабочий учебный план:** Документ, разрабатываемый и утверждаемый высшими учебными заведениями на основе типового учебного плана и индивидуальных учебных планов обучающихся, учитывающий условия конкретной профессиональной деятельности, этапы учебного процесса: он содержит полный

перечень учебных дисциплин, сгруппированных в циклы ООД, БД и ПД как по обязательному компоненту, так и компоненту по выбору, необходимых для освоения обучающимся с указанием кредитов или академических часов: структура рабочего учебного плана определяется высшим учебным заведением самостоятельно.

**Силлабус:** Учебная программа дисциплины, включающая в себя описание изучаемой дисциплины, ее цели и задачи, тематический план, отражающий продолжительность каждой темы, краткое их содержание, задания самостоятельной работы, время консультаций, расписание рубежного контроля, список литературы, требования преподавателя и критерии оценки.

**Типовой учебный план:** Основной учебный документ, разрабатываемый на основе государственного общеобязательного стандарта образования по специальности и устанавливающий обязательные компоненты в виде перечня учебных дисциплин, объединенных в циклы ООД, БД, ПД с указанием минимальных кредитов, необходимых для освоения студентами, формы контроля, а также дополнительные виды обучения и итоговую аттестацию.

**Обязательный компонент:** Перечень учебных дисциплин и соответствующих минимальных объемов кредитов, установленных государственными общеобязательными стандартами образования и изучаемых студентами в обязательном порядке по программе обучения.

**Отдел (офис) Регистратора:** Служба, обеспечивающая организацию различных видов контроля знаний, занимающаяся регистрацией всей истории учебных достижений обучающихся и расчетом их академического рейтинга.

**Департамент по академическим вопросам:** Служба, обеспечивающая организацию различных видов контроля знаний, занимающаяся регистрацией всей истории учебных достижений обучающихся и расчетом их академического рейтинга, а также выдачу документов об образовании.

В настоящем отчете по самооценке используются следующие сокращения:

ECTS – European Credit Transfer System;

ISO - The International Organization for Standardization;

SWOT –Strengths Weakness Opportunities Threats;

АИС – автоматизированная информационная система;

АПК – агропромышленный комплекс;

БД – базовые дисциплины;

ВОУД – внешняя оценка учебных достижений;

ГОСО – государственные общеобязательные стандарты образования;

ДАВ – департамент по академическим вопросам;  
ИГА – итоговый государственный контроль;  
ИС - информационные системы;  
ИТ – информационные технологии;  
ИУП – индивидуальный учебный план;  
КАТУ – Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина;  
КВН - Клуб веселых и находчивых;  
КДМ - Комитет по делам молодежи;  
КТА – комплексное тестирование абитуриентов;  
КЭД – каталог элективных дисциплин;  
МОН РК – Министерство образования и науки Республики Казахстан;  
МОП – модульная образовательная программа;  
МСХ РК – Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан;  
НААР – Независимое агентство аккредитации и рейтинга;  
НИИ – научно-исследовательский институт;  
НИР – научно-исследовательская работа;  
НИРМ - научно-исследовательская работа магистранта;  
НИРС – научно-исследовательская работа студента;  
ОО - организация образования;  
ООД – общеобразовательные дисциплины;  
ОП – образовательная программа;  
ПД – профилирующие дисциплины;  
ППС – профессорско-преподавательский состав;  
РК – рубежный контроль;  
РУП – рабочий учебный план;  
СМК – система менеджмента качества;  
СРО – самостоятельная работа обучающегося;  
СРОП – самостоятельная работа обучающегося под руководством преподавателя;  
ТК – текущий контроль;  
ТУП – типовой учебный план;  
УВП - учебно-вспомогательный персонал;  
УМКД - учебно-методический комплекс дисциплины;  
УМКС – учебно-методический комплекс специальности;  
УМС – учебно-методический совет;  
УП – учебный план

## **НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**

Кафедра «Маркетинг и сервис» при реализации образовательных программ по подготовке бакалавров, магистров и докторов PhD специальности «Маркетинг» осуществляет свою деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами Министерства образования и науки Республики Казахстан:

1. Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III "Об образовании"
2. Типовые правила проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся №125 от 18.03.2008 г.
3. Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (№152 от 20.04.2011г.).
4. Закон РК «Об аккредитации в области оценки соответствия» от 5 июля 2008 г. № 61-IV.
5. Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения от 20 апреля 2011 года № 152.
6. Об утверждении государственных общеобязательных стандартов образования соответствующих уровней образования. Постановление Правительства Республики Казахстан от 23 августа 2012 года № 1080.
7. Типовые правила приема на обучение в организации образования, реализующие профессиональные учебные программы высшего образования (утвержденные постановлением Правительства РК от 19 января 2012 года № 111
8. Программа развития АО «Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина» на 2016-2020 гг. и другие.

## ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

|   |   |
|---|---|
| <b>Название организации образования</b>                   | Акционерное общество «Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина».   |
| <b>Юридические реквизиты</b>                              | Республика Казахстан, 010000, г. Астана, проспект Победы 62<br>Тел: 8 7172 317547, 8 7172 393918, Факс: 8 7172 316072<br>E-mail: <a href="mailto:agun.katu@g.mail.com">agun.katu@g.mail.com</a><br>Web-сайт: <a href="http://www.kazatu.kz">www.kazatu.kz</a>   |
| <b>Учредитель</b>   | Права и владения 100%-ным пакетом акций Общества принадлежат Министерству образования и науки Республики Казахстан (единственный акционер НАО «Национальный аграрный научно-образовательный центр»)   |
| <b>Руководитель университета</b>                          | Куришбаев Акылбек Кажигулович.  |
| <b>Первый заместитель руководителя</b>                    | Абдыров Айтжан Мухамеджанович.  |
| <b>Контактные лица по подготовке отчета по самооценке</b> | Исмаилова А.С, Рестембаев Б.Е<br>8 7172 397607 8 7172 398208<br>Алдабергенова С.С Тел: 8 7172 395907  |
| <b>Дата предоставления 1 отчета по самооценке</b>         | 17.10.2018.   |
| <b>Дата предоставления 2 отчета по самооценке</b>         |   |
| <b>Информация о процедуре самооценки</b>                  | Процедура самооценки осуществлялась коллегиально, на основе принципов транспарентности, гласности и прозрачности. При составлении отчета по самооценке комиссия руководствовалась следующими методами: количественного анализа, системности, объективности, сравнительного анализа, теоретизирования обобщения.<br>Отчет по самооценке на предмет специализированной реаккредитации утвержден на заседании Ученого совета университета, протокол № 3 от 10.10.2018. |



## **1 КРАТКИЙ ОБЗОР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАТУ им. С. СЕЙФУЛЛИНА**

Акционерное общество «Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина» (далее – КАТУ им.С.Сейфуллина) является субъектом высшего профессионального образования Республики Казахстан и действует на основании Устава, утвержденного решением единственного акционера некоммерческого акционерного общества и «Национального аграрного научно-образовательного центра» №2 от 05.02.2018 года, свидетельства о государственной перерегистрации юридического лица №27738-1901-АК от 10.07.2007 г.

КАТУ им. С.Сейфуллина является одним из крупнейших в Казахстане многопрофильных высших учебных заведений. В данном университете обеспечивается подготовка высококвалифицированных специалистов для различных отраслей экономики Казахстана, выполнение научных исследований и подготовка на их основе кадров высшей квалификации.

Профессорско-преподавательский состав университета объединяет 854 штатных преподавателей (без учета ППС военной кафедры), в том числе 81 докторов, 375 кандидатов наук, 57 докторов PhD. Обучение ведется на 8 факультетах, 43 кафедре по 36 специальностям бакалавриата, 31 магистратуры, 23 докторантуры PhD, а также в 36 центрах и лабораториях.

Высшее профессиональное образование получают по очной и заочной формам обучения, в т.ч. по сокращенной образовательной программе и на базе высшего образования. В зависимости от формы обучения срок обучения составляет от 2 до 5 лет.

На базе высшего образования выпускники ВУЗов получают второе высшее профессиональное образование в институте повышения квалификации и дистанционного обучения: срок обучения от 2 до 4 лет в зависимости от формы обучения.

Наш университет за последние несколько лет активно улучшает свои позиции в мировых рейтингах. В 2012 году университет впервые принял участие в рейтинге одного из наиболее авторитетного агентства QS (Quacquarelli Symonds) по оценке университетов по всему миру и вошли в рейтинг 700 самых лучших вузов, среди 25000 лучших вузов мира, в 2013 году вошли в топ 800 мировых вузов. По результатам мирового рейтинга Webometrics сайт нашего университета занимает 14281 позицию.

В 2015 году в рейтинге Независимого агентства аккредитации и рейтинга КАТУ им. С.Сейфуллина из 40 вузов Казахстана занял 5 место, среди сельскохозяйственных вузов занимает 1 место. Призовые места: 12-1-х мест, 8-2-х мест, 10-3-х мест. 19 ученых вошли в ТОП-50 лучших преподавателей.

В 2016 году в рейтинге Независимого агентства аккредитации и рейтинга КАТУ им.

С.Сейфуллина по направлению «Сельскохозяйственные науки» занял 2 место. Призовые места: 9-1-х мест, 21-2-х мест, 16-3-х мест.

В 2017 году в рейтинге Независимого агентства аккредитации и рейтинга КАТУ им. С.Сейфуллина по направлениям: Сельскохозяйственные науки - 2 место, ветеринария - 2 место, искусство-5 место, техническое - 7 место, экономика- 6 место.

Призовые места: 24-1-х мест, 18-2-х мест, 7-3-х мест.

Генеральный рейтинг ППС вузов РК – Есхожин Д.З- 11 место.

В 2018 году в Национальном рейтинге востребованности вузов РК - 2018 КАТУ им. С.Сейфуллина топ 20 вузов Казахстана занял 4 место.

По направлениям: Сельскохозяйственные науки - 2 место, ветеринария - 2 место, искусство-8 место, техническое - 8 место, экономика - 6 место, услуги - 7 место.

Призовые места: 17-1-х мест, 19-2-х мест, 15-3-х мест.

6 преподавателей университета вошли в генеральный рейтинг «ППС вузов Республики Казахстан», топ – 50:

В 2017 году в Республиканском рейтинговом агентстве «Генеральном рейтинге вузов — 2017» АО «КАТУ им. С.Сейфуллина» занял 11 место. Призовые места : 1-х – 32 мест, 2-х – 33 мест, 3-х – 12 мест.

В 2018 году в Республиканском рейтинговом агенством «Казахстан-2050 – Национальный рейтинг по инновациям и академическому превосходству» АО «КАТУ им. С.Сейфуллина» занял 2 место среди сельскохозяйственных вузов. Призовые места: 1-х – 39мест, 2 -х - 17 мест, 3-х – 18 мест

В программе «Болашак» за 2015-2017 годы приняли участие 47 сотрудников и обучающихся университета, с 2006 года преподаватели нашего университета участвуют в конкурсе «Лучший преподаватель. За отчетный период 4 преподавателя получили грант «Лучший преподаватель».

В период с 2016-17 учебного года КАТУ им. С. Сейфуллина заключил 75 договоров о сотрудничестве и меморандумы о взаимопонимании, из них 45

договоров за 2016-2017 учебный год и 30 - за 2017-2018 учебный год. Зарубежными партнерами КАТУ им. С. Сейфуллина являются вузы, организации и научные центры следующих стран: США, Канада, Германия, Италия, Венгрия, Польша, Румыния, Латвия, Турция, Сербия, КНР, Корея, Республика Беларусь, РФ, Монголия и другие.

В 2016-2017 учебном году для привлечения зарубежных ученых бюджетных средств не выделялось. Однако КАТУ проделана работа по поиску других путей для привлечения зарубежных ученых в учебную деятельность университета. Так, в 2016 году 4 зарубежных ученых прочитали лекции для обучающихся КАТУ в рамках программы Посольства США Фулбрайт, в рамках программы ЕС Эразмус+ и на бесплатной основе. Наряду с зарубежными преподавателями, в 2016 году КАТУ посетили 6 экспертов из Университета Калифорнии Дэвис (5 чел.) и Университета Арканзас (1 чел.) (США) для совместной разработки 2 образовательных программ магистратуры в рамках ГПИИР. Кроме того, в период с 15 по 24 октября 2016 года КАТУ посетил почетный профессор Пол Сингх из Университета Калифорнии в Дэвисе (США) для проведения семинаров и мастер-классов для преподавателей, специалистов и обучающихся КАТУ также в рамках ГПИИР.

В 2016 году научно-исследовательская работа выполнялась в рамках грантового, программно-целевого финансирования и договоров с хозяйствующими субъектами в количестве 92 проектов на сумму 552 333,94 тыс. тенге, в заключительном 2017 году в связи с секвестрованием Министерством образования и науки Республики Казахстан сумм грантового финансирования по бюджетной программе «217» в среднем на 10 % общая сумма составила 507 486,3 тыс.тенге.

По итогам проведения научно-исследовательских работ ППС университета количество научных статей, изданных в журналах с ненулевым импакт-фактором, входящих в базу данных Web of Science и Scopus в 2017 году 120, что на 26 % больше чем в 2016 году и импакт-фактор статьи опубликованный в журнале Thomson Reuters 4,30.

На 01.08.2018 год опубликовано в журналах с импакт-фактором (в базе данных Web of Science (Thomson Reuters) и Scopus) 52 статьи и получено 10 евразийских патентов.

На 1 августа 2018 года в университете в рамках бюджетной программы 217 «Развитие науки» реализуются 46 научно-исследовательских проектов и программ и договоров с хозяйствующими субъектами на общую сумму 459 470,35 тыс.тенге, в том числе:

- 1 научно-техническая программа и 1 проект в рамках НТП РГП «Национальный центр биотехнологии» по подпрограмме 101 «Программно-целевое финансирование субъектов научно и/или научно-технической деятельности» (МОН РК) на общую сумму 118 000,00 тыс.тенге;

- 24 проекта по подпрограмме 102 «Грантовое финансирование научных исследований» МОН РК по приоритетам «Устойчивое развитие агропромышленного комплекса и безопасность сельскохозяйственной продукции» (9 проектов), «Наука о жизни» (7 проектов) «Рациональное использование природных ресурсов» (3 проекта), «Научные основы "Мәңгілік Ел (образование XXI века, фундаментальные и прикладные исследования в области гуманитарных наук)» (3 проекта), «Энергетика и машиностроение» (2 проекта) на 195 003,26 тыс.тенге;

- 2 проекта по программно-целевому финансированию МСХ РК на сумму 32 000,00 тыс.тенге;

- 2 международных проекта: 1 совместный проект с Синцзянским институтом экологии и географии АН КНР «Совместное техническое исследование по созданию экологической защиты в развивающихся городах «экономического пояса Шелкового пути» КНР и РК» и 1 совместный проект с компанией Шисен «Трансферт высокопродуктивных зарубежных сортов картофеля для безвирусного семеноводства Северного и Центрального Казахстана» на общую сумму 4 848,71 тыс.тенге;

- 16 договоров с хозяйствующими субъектами на выполнение научных исследований и разработок на сумму 109 618,39 тыс.тенге.

**1.2 История кафедры.** Современное развитие рыночных отношений требует более широкого применения маркетинга в различных областях человеческой деятельности. Однако его практическое использование сопряжено с наличием ряда проблем, обусловленных в большинстве случаев непониманием сущности и возможностей маркетинга. В настоящее время требуется представление логической последовательности рассмотрения основных вопросов, мер практической реализации возможностей маркетинга.

Сущностью изучения маркетинга как дисциплины является изучение социально-экономических и организационных аспектов продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю посредством обмена.

Образовательная программа охватывает основные дисциплины, которые носят методический и практический характер, они увязаны с практикой организации

маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов, эффективным обеспечением соответствия спроса и предложения на товары и услуги, повышением эффективности производства и конкурентоспособности продукции хозяйств. Кафедра «Маркетинг и сервис» при реализации образовательной программы по подготовке бакалавров специальности «Маркетинг» осуществляет свою деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами Министерства образования и науки Республики Казахстан.

Выпускающая кафедра «Маркетинг и сервис» была сформирована в марте 2001 года. Образовательная деятельность осуществляется в соответствии с лицензией Министерства образования и науки Республики Казахстан (серия АБ № 0062189 от 02.08.2008 г.) со сроком действия без ограничений (Приложение 3). Подготовка специальности проводится в соответствии с ГОСО РК №292 от 13.05.2016 г. К государственным стандартам прилагаются типовые учебные планы, на основании которых составлен рабочий план специальности.

Образовательный процесс в вузе осуществляется по кредитной технологии обучения. Опыт кафедры маркетинга и сервиса по внедрению кредитной системы обучения обобщен на обучающих семинарах университета. Система оценки учебных достижений при кредитной технологии обучения обеспечивает надежность, объективность, прозрачность контроля знаний обучающихся.

Образовательная траектория по специальности «Маркетинг» включает в себя дисциплины обязательного и элективного компонентов, предлагаемых с учетом требований рынка труда и работодателей. Содержание элективных дисциплин направлено на фундаментальную теоретическую подготовку по основам планирования маркетинговой деятельности, овладение методологией и методикой проведения маркетинговых исследований, готовность к осуществлению профессиональной деятельности в различных отраслях и сферах деятельности хозяйствующих субъектов, умение принимать эффективные решения о перспективе улучшения позиций предприятия на рынке на основе анализа внутренней и внешней среды.

В 2014 году аккредитацию прошли специальности 5В051100 «Маркетинг» и 6М051100 «Маркетинг» (Приложение 3.1).

В 2015 году специальности 5В051100 «Маркетинг» и 6М051100 «Маркетинг» прошли государственную аттестацию на соответствие образовательной программы требованиям Государственного общеобязательного стандарта. Академические занятия проводятся под руководством преподавателя согласно расписаниям

аудиторных занятий и занятий самостоятельной работы студентов, утвержденным проректором по учебной работе.

Модернизация процесса преподавания дисциплин происходит за счет современных образовательных технологий, всестороннего методического обеспечения всех его составляющих. Преподавателями кафедры в учебном процессе используются современные технологии обучения (Рустембаев Б.Е., Абуов К.К., Каскатаев Н.М., Карабасов Р.А., Муталляпова Ш.Е.), технология по практике управления проектами на основе стандарта «ANSIPMI, PMBOK» (Таурбаев Ж.Р., Дарипбаева С.Ж.), современные информационные технологии (Жаксыбекова А.Б., Абдикаримова Г.А.) и др. (Приложение 4).

Охват учебных дисциплин циклов БД и ПД учебно-методическими пособиями, лекциями, обучающими и контролирующими программами составляет 100%. Оснащение учебного процесса мультимедийными и предметными кабинетами производится постоянно в соответствии с требованиями госстандартов специальности. В учебный процесс внедряются электронные учебники по дисциплинам кафедры формата БД и ПД.

Активизация профориентационной работы среди учащихся школ и колледжей направлена на обеспечение высококвалифицированными кадрами Акмолинской и других областей центрального региона Казахстана.

Процент трудоустройства выпускников-бакалавров составляет 92 %, а магистров -100%.

Выпускники специальности могут занимать должности: маркетолога, PR менеджера, экономиста, SMM менеджера и т.д. Кроме того, наши выпускники работают в государственных органах, различных коммерческих организациях, акиматах различных уровней.

По специальности 5В080700 «Маркетинг» в 2017-2018 учебном году обучались 216 студентов по очной форме обучения, из них 99 – на государственном языке. По государственному образовательному гранту обучается 23 студента. В 2017-2018 г. в магистратуре обучается 23 магистранта, в докторантуре - 2. (Приложение 5)

Повышение квалификации ППС по применению современных образовательных технологий, разработка собственных технологий обеспечиваются в процессе посещения специальных курсов, которые в университете организует институт повышения квалификации, в РГКП — «Национальный центр оценки качества образования» при МОН РК.

В 2018 году по рейтингу вузов по образовательным программам специальность 5B051100 «Маркетинг» занимает 3-ое место, 6M051100 «Маркетинг» — 2-ое место, 6D051100 «Маркетинг» — 1 место. (Приложение 6)

На кафедре 3 преподавателя имеют звание «Лучший преподаватель ВУЗА РК» (Зав.кафедрой Рустембаев Б.Е., профессор Абуов К.К., доцент Каскатаев Н.М.). (Приложение 7)

Анализ деятельности за период с 2014 по 2018 год выполнен на основе годовых отчетов кафедры с использованием методов SWOT- анализа, анкетирования и опросов, а также статистических методов обработки информационных материалов по направлениям деятельности кафедры.

Действующая образовательная программа «Маркетинг» по новому классификатору в КАТУ им.С.Сейфуллина будет принята как «Digital Маркетинг».

## 2 УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММОЙ

Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина (КазАТУ им.С.Сейфуллина) является одним из крупнейших в Казахстане высших учебных заведений. Здесь обеспечиваются подготовка высококвалифицированных специалистов для агропромышленного комплекса Казахстана, выполнение научных исследований и подготовка на их основе кадров высшей квалификации.

КазАТУ им. С. Сейфуллина развивает международное сотрудничество с ведущими учебными и научными центрами России, США, Германии, Франции, Турции, Италии, Израиля, Китая, Монголии, Малайзии и др. (Приложение 8)

Университет сегодня по многим показателям является лидером на рынке образовательных услуг. Так, согласно многовекторному рейтингу Независимого агентства аккредитации и рейтинга в 2018 г. КазАТУ им. С.Сейфуллина занимает 4 место среди топ-20-ти вузов РК (Приложение 9).

Реализация ОП 5B051100 «Маркетинг», 6M051100 «Маркетинг», 6D051100 «Маркетинг» осуществляется в соответствии с национальными приоритетами развития, определенными в стратегии «Казахстан – 2050» (максимальное удовлетворение текущих и перспективных потребностей национальной экономики в специалистах), а также задачами Государственной программы развития образования РК на 2011-2020 гг.

Управление аккредитуемыми ОП осуществляется в соответствии со Стратегией «КазАТУ – 2025», одобренной на заседании Ученого совета 3 июня 2015 года (протокол №20) и утвержденной Советом директоров КазАТУ им.С.Сейфуллина 14 декабря 2015 года.

Обучающиеся по ОП «Маркетинг» принимают активное участие в управлении образовательными программами. Они являются постоянными членами с правом голоса таких коллегиальных органов, как: Студенческий парламент, Комитет по делам молодежи, Студенческий профком, молодежное крыло партии «Жас Отан», отделения Альянса студентов Казахстана. Управление образовательными программами ориентировано на современные достижения науки и техники, а также на требования производства. Содержание ОП учитывает рекомендации работодателей по направлениям подготовки «Маркетинг» – ТОО «Торгай», ТОО «Астана Лайн Сервис» и другие (Приложение 10)



При анализе потребностей заинтересованных лиц были выявлены следующие требования, удовлетворяющие данные потребности, которые поставлены перед ними, это умение обучающихся:

- проводить исследования конъюнктуры рынка товаров и услуг;
- осуществлять сегментацию рынка, анализировать товары и поведение потребителей;
- проводить умело ценовую и сбытовую политику, эффективно использовать каналы распределения;
- организовывать и проводить на высоком уровне коммуникационную политику;
- верно выбирать правильную стратегию и тактику действий предприятия при современных рыночных взаимоотношениях.

Все эти требования, поставленные заинтересованными лицами, требуют от выпускников специальности «Маркетинг» большой активности, предприимчивости, высокого профессионализма, владения принципами и методами управленческой деятельности, умения принимать конкретные решения в условиях конкуренции и свободы предпринимательства, хорошей подготовки в области экономики и менеджмента, экспертизы товаров и услуг, товароведения и управления качеством.

Все указанные требования регламентируются при составлении учебной траектории образовательной программы специальности «Маркетинг».

Планы развития ОП по специальности 5В051100 «Маркетинг» проходят публичное обсуждение с представителями всех заинтересованных сторон, на основе предложений и поправок которых уполномоченный коллегиальный орган вуза вносит изменения в проект.

В соответствии с запросами обучающихся, требованиями работодателей и рынка труда содержание ОП ежегодно корректируется путем утверждения каталога элективных дисциплин (КЭД) и обновления рабочих программ учебных дисциплин. С целью учета интересов работодателей при разработке образовательной программы в формировании КЭД активное участие принимали потенциальные работодатели, руководители баз практики – это такие компании как ТОО «Байтерек-Жайык» в лице управляющего по проектам Тайбасарова Ж.К., директора ТОО «Трансавиа» Мякушко И.А., директор М-ПРОФИ Жагипарова М.М. (Приложение 11).

План развития ОП разработан на основе позиционирования КазАТУ им.С.Сейфуллина на рынке образовательных услуг как современного исследовательского аграрного университета западного типа. В связи с данной

стратегической целью вуз проводит модернизацию бизнес-процессов согласно новой стратегии «КазАТУ – 2025».

План развития ОП разрабатывается на уровне кафедры, утверждается на заседании кафедры, рассматривается и утверждается на заседании учебно-методического совета (УМС) экономического факультета, на Ученом совете университета, что обеспечивает прозрачность системы управления ОП. Реализация плана ОП ежегодно контролируется структурными подразделениями университета, деканатом, зав. кафедрой и другими заинтересованными лицами (Приложение 12,13).

В конце учебного года на заседании кафедры с участием всех заинтересованных сторон (ППС, работодатели) проводится самооценка ОП. С учетом внесенных изменений, обсуждаются достигнутые результаты, результативность и эффективность реализации ОП. Входными данными для самооценки являются доклады ППС, представителей организаций-работодателей, анализ выбираемых студентами дисциплин (из КЭД). Результаты самооценки отражаются в протоколе заседания кафедры (Приложение 14).

Все представители, принимающие участие в обсуждении плана развития ОП, являются специалистами в сфере управления маркетингом на предприятии.

Кафедра «Маркетинг и сервис» осуществляет процессы стратегического планирования и распределения поставленных задач в соответствии с приоритетами национального и регионального масштаба; согласно заявленной миссии, целям и задачам, планомерно собирает, накапливает и анализирует информацию о своей деятельности; проводит оценку сильных и слабых сторон, на основе которых кафедра определяет политику и разрабатывает стратегический план. План развития ОП отражается в планах учебно-методической, научно-исследовательской и воспитательной работы кафедры.

Стратегическая цель выпускающей кафедры ОП «Маркетинг» – реализация государственной образовательной политики, направленной на подготовку высококвалифицированных специалистов в области решения маркетинговых задач.

Основные концептуальные положения развития кафедры «Маркетинг и сервис» отражены в таблице 1:

1. Совершенствование качества предоставляемых образовательных услуг посредством разработки эффективных методов обучения.
2. Развитие системы генерации и распространения знаний, конкурентоспособных технологий и инноваций.

3. Усиление воспитательной работы и молодежной политики.

4. Совершенствование социальной инфраструктуры университета для улучшения учебного процесса и бытовых условий обучающихся и ППС.

Данные направления определены в качестве приоритетных, так как их реализация позволила достичь конкурентоспособную позицию на рынке предоставления образовательных услуг по ОП специальности «Маркетинг», полностью соответствующую требованиям работодателей в высококвалифицированных специалистах-маркетологах на всех уровнях обучения: бакалавриат, магистратура, докторантура. Основные концептуальные положения развития ОП приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные концептуальные положения развития ОП

| Стратегическое направление   |   |   |
|--|---|---|
| Цель и задачи  | Наименование  | Целевой индикатор   |
| <p>Цель: Совершенствование качества предоставляемых образовательных услуг посредством разработки эффективных методов обучения.</p> <p>Задачи:</p> <p>Создание ориентированно-направленного условия ППС кафедры для построения индивидуальной траектории обучения.</p> <p>Формирование свободно самоопределяющейся и творчески развивающейся личности студента, конкурентоспособного на рынке труда в успешной профессиональной деятельности.</p> | 1 Образовательная деятельность                        | <p>Высокий уровень востребованности специалистов-маркетологов на рынке труда хозяйствующих субъектов.</p> <p>Абсолютная успеваемость по университету не менее 98%.</p> <p>Уровень острепенности ППС не менее 50%.</p> |
| <p>Цель: Развитие системы генерации и распространения знаний, конкурентоспособных технологий и инноваций.</p> <p>Задачи:</p> <p>Повышение уровня методологической подготовки теоретической осведомленности ППС.</p> <p>Создание научно-методических центров по проблемам инновационных технологий обучения и воспитания</p>  | 2 Инновационная научно-исследовательская деятельность | <p>Воспитание креативно мыслящих специалистов, обладающих высоким творческим потенциалом.</p>   |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>Цель. Усиление воспитательной работы и молодежной политики.</p> <p>Задачи.</p> <p>Актуализации культурной гражданско-воспитательной работы, направленной на формирование всесторонне развитой креативной личности.</p> <p>Формирование здорового образа жизни.</p>  | <p>3 Создание условий для развития обучающихся, вовлечения их в социально-экономическое развитие страны.</p> | <p>Достижение высокого уровня личностно-патриотического развития в будущих конкурентоспособных, креативных специалистов.</p> |
| <p>Цель: Совершенствование социальной инфраструктуры университета для улучшения учебного процесса и бытовых условий обучающихся и ППС</p> <p>Задачи:</p> <p>1 Формирование учебного и научного фонда отечественных и зарубежных источников, создание электронной библиотеки.</p> <p>2 Создание благоприятных условий для развития личности в целом, способствующих ее самораскрытию, самореализации и толерантности.</p> | <p>4 Создание условий для удовлетворения образовательных и научных потребностей ППС и обучающихся</p>        | <p>Содействие улучшению качества образовательных услуг</p>   |

Прослеживается непрерывность содержания ОП на различных уровнях, что доказывается наличием программы послевузовской подготовки специалистов по ОП 6D051100 «Маркетинг», что также говорит о преемственности целей ОП бакалавриат-5B051100 «Маркетинг» - магистратура - 6M051100 «Маркетинг»- докторантура -6D051100 «Маркетинг».

В управлении ОП 5B051100 «Маркетинг», 6M051100 «Маркетинг», 6D051100 «Маркетинг» применяются информационные технологии. Так, в целях совершенствования процессов управления образовательной программой ведется постоянная работа по интеграции образовательного портала университета в АИС «Platonus», систематически актуализируется официальный сайт университета на трех языках.

Кадровый состав кафедры, материально-техническая база специальности «Маркетинг» способствуют успешному функционированию образовательной программы в соответствии с национальными приоритетами развития и стратегией вуза.

Образовательная программа по специальности «Маркетинг» обеспечивает условия для:

- приобретения высокого общего интеллектуального уровня развития, выработки маркетингового мышления, способности к обобщению, анализу, культуре мышления и навыкам научной организации труда;

- качественного овладения основными методами, способами и средствами получения, переработки информации, формирования фундаментальной теоретической подготовки будущих бакалавров для перехода на следующие ступени высшего профессионального образования (магистратура, докторантура);

- формирования конкурентоспособности выпускников на рынке рабочей силы для максимально быстрого трудоустройства по специальности и профессионального роста, выбора индивидуальных программ в области образования. Механизм управления ОП опирается на процедуры внутреннего и внешнего обеспечения качества, риск-менеджмента. Мероприятия, применяемые по снижению рисков при реализации образовательных программ, представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Мероприятия по снижению рисков

| № п/п | Наименование возможных рисков  | Мероприятия по их устранению  |
|-------|--|---|
| 1     | Зависимость набора в Вуз от контингента выпускников школ и небольшое число мест госзаказа в магистратуру | Формирование контингента обучающихся данного профиля посредством проведения активной профориентационной и информационно-коммуникационных работ в школах Акмолинской области, города Астаны и других регионах Казахстана .   |
| 2     | Изменения требований к ключевым компетенциям, специалистам   | Совершенствовать и внедрять в учебный процесс инновационные технологии обучения и предоставлять образовательные услуги на уровне мировых стандартов<br>Поддерживать связь с работодателями ОП, регулярно пересматривать план развития ОП, проводить оценку достижений целей обучения. |
| 3     | Нехватка научных и педагогических кадров   | Подготовка высококвалифицированных научных кадров через магистратуру и докторантуру (PhD) на уровне современных требований и создание благоприятных мотивационных условий   |

Оценка достижений целей обучения проводится ежегодно в конце учебного года заведующим кафедрой.

Ежегодно, в начале учебного года, на заседании кафедры назначаются ответственные за отдельные процессы реализации ОП (ответственный за НИР кафедры – Р.А. Карабасов, ответственный за воспитательную работу – К.К. Шапенова, ответственный за СМК на кафедре – Ж.Е.Мухтарова) (Приложение 15). Деятельность кафедры регламентируется положением о кафедре «Маркетинг и сервис», должностные обязанности персонала кафедры прописаны в должностных инструкциях, разработанных отделом менеджмента персонала совместно со службой качества. Копии положения и должностных инструкций имеются на кафедре, а также размещены в системе электронного документооборота. Оригинал документов хранится в отделе менеджмента персонала, где каждый сотрудник знакомится с ним под роспись.

В университете имеется официальный сайт, где размещена вся информация о деятельности вуза в целом и отдельно по специальности «Маркетинг», где все желающие могут узнать любую информацию, касающуюся университета и непосредственно об ОП специальности «Маркетинг» по всем уровням обучения: бакалавриат, магистратура и докторантура. На сайте имеется блог ректора, куда можно обратиться с любым интересующим вопросом, письмо будет переправлено в компетентный по данному вопросу отдел, который сможет дать грамотный ответ на поставленный вопрос.

В университете разработано положение ППРЖСРУ СМК 11010. 02 - 2013 Положение о порядке рассмотрения жалоб студентов руководством университета. В правилах внутреннего распорядка указаны часы приема руководством ППС и студентов. На кафедре установлены часы приема, во время которых студенты могут обратиться с вопросами к заведующему кафедрой.

Периодичность оценки эффективности ОП и ее пересмотра проводится не чаще 2 раз в год, в соответствии с ГОСО высшего образования, утвержденного постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 августа 2012 года № 1080.

На сайте университета имеется образовательный портал, где размещена полезная информация для студентов, сотрудников и абитуриентов. На портале можно найти описание кредитной системы обучения, а также определения специфической терминологии, которая поможет абитуриентам и студентам первого курса получить подробную информацию о том, как будет проводиться их обучение и оценка знаний. Имеющаяся информация (расписание звонков и занятий,

расположение корпусов и аудиторий и пр.) позволит лучше ориентироваться в стенах университета.

Вопросы, рассматриваемые на заседаниях Ученого совета, освещаются в газете «Менің университетім». После обсуждения образовательной программы на Ученом совете университета по всем подразделениям рассылается решение Ученого совета, и руководители каждого подразделения знакомят с ним всех сотрудников. В университете разработан стандарт организации, в котором прописана политика конфиденциальности университета.

В состав совета включены руководители научных организаций, научные работники, специалисты отраслей экономики и органов государственного управления. В состав совета экономического факультета по ОП специальности «Маркетинг» включены Президент Холдинговой компании «О, Азамат» Омурзаков Т.К., корпоративный директор по маркетингу ТОО «SportMediaCentralAsia» Луцко А.Н. Приложение 15.1.

Департаментом академической деятельности университета ведется статистика по контингенту обучающихся и трудоустройству выпускников. Данные для статистического анализа предоставляются кураторами, заведующими кафедрами и деканатом. Подборкой кадрового состава занимается ОМП совместно с руководителями подразделений. В университете разработан ряд документов о приеме на работу, замещении должности, конкурсной комиссии, об аттестации.

Руководством университета разработан документ о приеме посетителей. Руководством выделены определенные часы, во время которых сотрудники, студенты, родители и другие заинтересованные лица могут записаться на прием к ректору. В деканате и на кафедрах также имеется график приема посетителей деканом и заведующим кафедрой. На сайте университета имеется блог ректора, куда можно обратиться с интересующими вопросами. Также на сайте можно найти электронные адреса декана, заведующего и преподавателей, и студенты непосредственно могут обратиться к ним. Решения по жалобам и предложениям, в зависимости от их масштаба, принимаются непосредственно лицом, к которому было адресовано обращение, либо рассматриваются на заседании кафедры, Совете факультета или Ученом совете.

Выводы: В целом рассмотренный стандарт «Управление образовательной программой» по ОП специальности «Маркетинг» показал, что деятельность кафедры в соответствии с критериями аккредитации специальности имеет следующие положительные показатели:

- вовлеченность ППС, обучающихся, работодателей и других заинтересованных лиц в процесс принятия управленческих и стратегических решений;

- наличие четко сформулированной и ясной миссии, реализуемой в соответствии с национальными и региональными приоритетами, отчетливо определяющей предназначение и стратегию его развития;

- миссия, цели и задачи выполняются в рамках определенных приоритетов развития, на что выделяются соответствующие финансовые, кадровые и материальные ресурсы, обеспечивающие реализацию в условиях изменяющейся внешней социально-экономической среды.

Университет проводит систематический мониторинг, оценку эффективности политики в области обеспечения качества ОП с участием студентов, сотрудников и др. заинтересованных сторон на основе систематического сбора, анализа и управления информацией. Накопление и систематизация данных являются основой анализа и принятия текущих решений, базой оперативного и стратегического планирования и управления вузом, в целом, в том числе и для управления возможными рисками в деятельности вуза.

Для получения образовательной лицензии для открытия специальности проводится анализ имеющихся в университете ресурсов (материально-технической базы, достаточности аудиторий, кадрового состава, информационных ресурсов) для создания ОП. Министерство образования и науки выдает образовательную лицензию только при условии достаточной обеспеченности ресурсами.

Для эффективного управления ОП 5B051100-Маркетинг, 6M051100-Маркетинг, 6D051100-Маркетинг университет на системной основе проводит сбор, анализ и управление информацией на основе применения современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и программных обеспечений (ПО).

В целях активизации процесса информатизации управленческой деятельности в университете внедрена система электронного документооборота ARTASYNERGY. Формирование базы данных электронной информации является основой для создания единого информационного пространства университета.

Программная технология ARTA SYNERGY с точки зрения управленческой методологии направлена на снижение временных и финансовых издержек, увеличение доходов и получение конкретных преимуществ.



Управление ППС и персоналом – повышение мотивации ППС за счет внедрения системы сбора показателей и оценки эффективности, ускорение процедур по движению персонала.

Управление информацией о контингенте обучающихся в разрезе форм и видов.

Управление и мониторинг успеваемости обучающихся, достижений студентов.

Хранилище документов – упорядоченное хранение электронных документов (текстовых, изображений, мультимедиа) с быстрым поиском, обменом между пользователями и управлением версиями.

ARTA SYNERGY KAZATU – это единое web-решение, которое покрывает цикл управления от стратегического менеджмента до оперативного, включая управление планами/проектами, контроль поручений и тайм-менеджмент. Платформа содержит единое хранилище контента, базу знаний, быстрый семантический поиск информации и многие другие возможности. То есть, всё необходимое для поддержки взаимодействия между обучающимися, ППС, и другими работниками университета, совместно работающими над решением общих задач.

Для улучшения внутренней системы обеспечения качества в КазАТУ им. С.Сейфуллина в качестве инструмента для сбора и анализа информации используется автоматизированная информационная система «Platonus» (АИС «Platonus»). Интеграция данных средствами АИС «Platonus» обеспечивает получение информации, предназначенной для оперативного и стратегического управления вузом (рисунок 1).

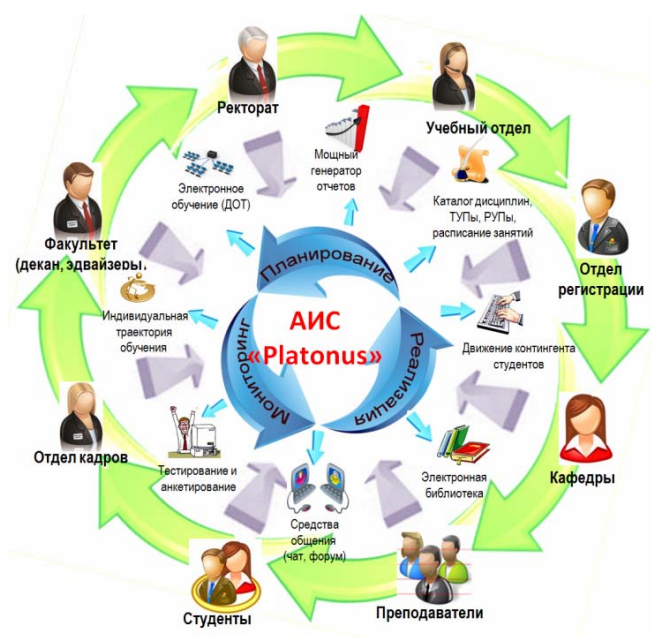


Рисунок 1. Схема взаимосвязи автоматизируемых объектов в АИС «Platonus»

В настоящее время в АИС «Platonus» имеется полная база обучающихся по всем уровням подготовки и формам обучения, ППС и других работников, объединенных в группы пользователей с индивидуальными правами, с разграничением доступа к информационным ресурсам.

Основные информационные потоки, используемые для повышения качества предоставляемых услуг, а также управления учебным, воспитательным, финансовым и т.д. процессами можно условно объединить в следующие группы: обучающиеся; работники; общая информация об университете.

Официальный сайт университета <http://kazatu.kz/ru/> представляет собой безопасную информационную площадку для коммуникаций с руководством ОП, где любой абитуриент, студент, выпускник или любое другое заинтересованное лицо может задать вопрос и получить ответ в разделе «Блог ректора». Ниже на рисунке 2 представлено окно для запроса информации на сайте университета, автоматически появляющееся на всех страницах Университета.

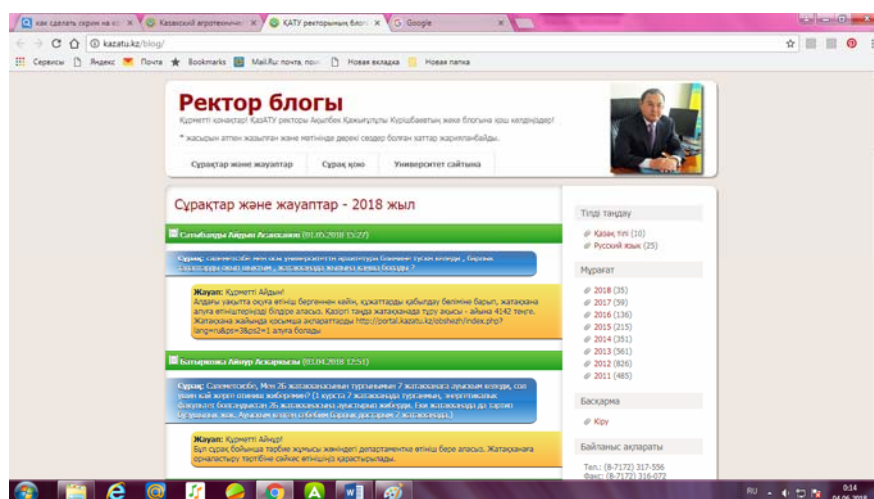


Рисунок 2. Интерактивная форма для запроса информации

Сайт оснащен качественным трехязычным контентом, который регулярно и оперативно обновляется. Налажена практика решения проблем студентов через социальные сети, такие как Twitter, Facebook, VK. Университет оказывает поддержку и помощь, и студенты рассчитывают на социальные сети как на канал достоверной и качественной информации об университете.

Каждый обучающийся в университете обеспечен доступом к электронно - библиотечным системам, которые содержат различные издания для информационного обеспечения образовательного и научно-исследовательского процесса. Библиотека КазАТУ им. С.Сейфуллина осуществляет свою деятельность на основе Приказа Министерства образования и науки РК «Правила по

формированию, использованию и сохранению фонда библиотек государственных организаций образования» № 44 от 19 января 2016 г.

С 2002 года реализуется масштабный проект – работа с автоматизированной библиотечной информационной системой «Ирбис». Эта информационная система позволяет совершенствовать методы библиотечного труда и создавать максимум удобств в обслуживании читателей.

Освоение и использование системы позволили ввести в действие электронный каталог, который начал работать с 2004 года, а после внедрения RFID технологий и совмещения с программой «Ирбис» – ввести в действие электронную книговыдачу, которая начала работать с 1 сентября 2014 г. на абонементе учебной литературы. В течение учебного года вниманию читателей предлагаются многочисленные книжные просмотры и тематические выставки, проводятся тренинги и семинары по использованию электронных ресурсов. Пользование электронными изданиями и другими электронными носителями информации для читателей бесплатно. Библиотека имеет в фонде более 2500 экземпляров электронных изданий и магнитных носителей. В том числе, и электронные носители, скачанные с бесплатных файловых обменников сети Интернет. Материал размещен на CD и DVD- дисках.

Таким образом, следует отметить использование различных технологий и информационных потоков при управлении информацией в университете, что в полной мере отвечает критериям стандартов.

План развития ОП по специальности «Маркетинг» проходит обсуждение с представителями всех заинтересованных сторон, на основе предложений и поправок уполномоченный коллегиальный орган вуза вносит изменения в проект.

При разработке образовательной программы докторантуры по специальности 6D051100 «Маркетинг» модули и перечень дисциплин обсуждались с вузипартнерами: Казахским национальным аграрным университетом, Южно-Казахстанский Государственный университет имени М.Ауезова (Приложение 15.2). По образовательной программе всех трех направлений (бакалавриат, магистратура и докторантура) все занятия проводятся в формате – лекционные и практические занятия, семинары.

На практических занятиях решается целая гамма задач: закрепление полученных знаний, умение применять их на практике; формирование и совершенствование умения работать с информацией, анализ и обобщение, принятие и обоснование решений и т. д.

С перечнем дисциплин, предлагаемых для изучения по всем уровням ОП, обучающихся знакомит эдвайзер, доступность дисциплин для изучения излагается в КЭД.

В структуру ОП включены различные виды деятельности, содержание которых способствует развитию профессиональных компетенций.

В процессе совместной деятельности с Калифорнийским университетом в Дэйвисе нами были разработаны ОП по новой траектории, учитывающие современные требования образовательного рынка не только отечественного но и мирового. Где при составлении ОП разработаны дисциплины, включающие современные инновационные технологии при обучении и использовании ее на практике.

Актуализация ОП проводится кафедрой не реже чем один раз в год, и по мере необходимости с учетом интересов работодателей будет обновляться «Каталог элективных дисциплин».

Для оценки результата удовлетворенности работодателями проведено анкетирование следующих работодателей: ТОО «Астана Лайн Сервис», Холдинговая компания «О Азамат», ТОО «М-Профи», ТОО «Три Принцессы», а также преподавателей АО КазАТУ им. С.Сейфуллина и опрос выпускников. Полученная информация дает возможность улучшить работу в дальнейшем, использовать полученные данные в перспективе при составлении плана развития ОП, что оказывает положительное влияние на имидж вуза в целом (Приложение 16).

Так, после получения обратной связи от потребителей наших услуг, в частности от работодателей, мы внесли дополнения в Образовательную Программу бакалавриата специальности «Маркетинг» такие дисциплины, учитывающие последние веяния рынка, как «Брэнддинг», «Эконометрика для бизнес решений», а также в дисциплинах мы стали учитывать больше внимания СММ Маркетингу, то есть продвижение продукции через интернет рассылки.

Это все говорит о том, что мы переходим к плотному сотрудничеству с бизнес - сообществом и представителями разных отраслей экономики страны.

ОП 5B051100 «Маркетинг», 6M051100 «Маркетинг», 6D051100 «Маркетинг» направлены на формирование профессиональных компетенций будущих специалистов, которые определяются типовыми учебными планами и квалификационными требованиями, отраженными в модели выпускника с учетом знаний, умений, навыков и компетенций, личностных качеств и ожидаемых результатов в зависимости от уровня подготовки.

Выпускник специальности 5В051100 «Маркетинг» должен быть способным к эффективному использованию в различных ситуациях практических знаний и навыков; уметь дать психологическую характеристику личности человека; иметь эффективные коммуникативные и социальные навыки; иметь навыки решения современных научно-теоретических и практических проблем; организации и проведения научных исследований (социально-этическая компетенция); осуществлять управленческую, предпринимательскую, коммерческую работу на предприятиях различных форм собственности и сфер деятельности; владеть методами маркетинговых исследований и сегментации рынка, выбора целевого сегмента; иметь навыки организации системы сбыта и товародвижения продукции предприятия; уметь разрабатывать маркетинговые стратегии, обеспечивающие конкурентное преимущество на рынке; анализировать деятельность экономических объектов, делать научно-обоснованный выбор необходимых форм организации управления; применять статистические методы в профессиональной и практической деятельности; принимать решения на основе всестороннего факторного анализа; анализировать товарооборот в целом по отдельным его видам, оформлять результаты переговоров (профессиональная компетенция).

Выпускник специальности 6М051100 «Маркетинг» магистратуры должен иметь представление о тенденциях развития современной экономической науки и бизнеса в целом; о направлениях инновационных изменений; уметь формулировать и решать задачи, возникающие в ходе научно-исследовательской и педагогической деятельности; быть компетентным в вопросах организации, планирования, проведения всех видов научной и педагогической деятельности, во всех аспектах научной и педагогической деятельности, касающейся маркетинга, иметь представление о методологии, методах и принципах организации и проведения научных исследований в области экономики, управления и маркетинга; о концептуальных основах, методологии осуществления маркетинговой деятельности на макро и микроуровнях.

Выпускник специальности 6D051100 «Маркетинг» докторантуры PhD должен знать методологию маркетинговых исследований, применять методы экономических исследований, организовывать и стратегически управлять маркетингом на предприятии. Выпускник специальности 6D051100 «Маркетинг» докторантуры PhD имеет научно-педагогическую направленность и предполагает фундаментальную образовательную, методологическую и исследовательскую подготовку и углубленное изучение дисциплин по соответствующим направлениям науки для

системы высшего и послевузовского образования и научной сферы. ОП 6D051100 «Маркетинг» обеспечивает совершенствование процесса подготовки научно-педагогических кадров в соответствии с международными требованиями и принципами Болонского процесса.

Выпускники ОП «Маркетинг» работают на таких предприятиях, как АО «КазАгроМаркетинг», ТОО «Астыкжан», АО «Продкорпорация», Отель «Риксос» и т.д. При проведении практических занятий студенты проводят маркетинговые исследования по заказу акимата Сарыаркинского района г. Астаны, что способствует их практической подготовке.

Руководство ОП активно привлекает к экспертизе ОП представителей предприятий, сфера деятельности которых соответствует профилю данной специальности. Предложения всех заинтересованных сторон выносятся на обсуждение заседания кафедры, и принимается решение о целесообразности внесения их в ОП, насколько они четко и правильно изложены и соответствуют профилю специальности «Маркетинг». После обсуждения на заседании кафедры, ОП рассматривается на Совете факультета, в состав которого входят ППС, работодатели, студенты и утверждается ректором после рассмотрения ее на Ученом совете университета.

Содержание общеобразовательного компонента максимально унифицировано с другими образовательными программами. Трудоемкость всех видов работ в ОП по уровням подготовки приведена в таблице 3.

Таблица 3 - Трудоемкость всех видов работ в ОП по уровням подготовки

| Уровень подготовки                                | Общая трудоемкость |               |
|---|--------------------|---------------|
|   | кредитах KZ        | единицах ECTS |
| <b>Бакалавр</b>                                   |                    |               |
| Теоретическое обучение                            | 129                | 210           |
| Дополнительные виды обучения                      |                    |               |
| - учебная   | 2                  | 1             |
| - производственная-преддипломная практика;        | 6                  | 18            |
| - итоговая аттестация                             | 3                  | 12            |
| <b>Магистр</b>                                    |                    |               |
| Теоретическое обучение по профильному направлению | 18                 | 30            |

|  |    |    |
|--|----|----|
| Дополнительные виды обучения:                                |    |    |
| -ЭИРМ  | 4  | 16 |
| - производственная практика                                  | 2  | 6  |
| Теоретическое обучение по научно-педагогическому направлению | 42 | 67 |
| Дополнительные виды обучения:                                |    |    |
| - педагогическая практика                                    | 3  | 3  |
| - исследовательская практика                                 | 3  | 12 |
| - НИРМ   | 7  | 28 |
| - Итоговая аттестация  | 4  | 14 |

По циклам базовых и профилирующих дисциплин перечень дисциплин обязательного компонента определяется типовыми учебными планами, а в рамках компонента по выбору реализуется профильная подготовка, нацеленная на удовлетворение потребностей конкретных регионов, рынков труда и работодателей.

В трудоемкости образовательной программы учтены все виды аудиторной и самостоятельной работы обучающегося, практики и время, отводимое на контрольные мероприятия.

При обучении студентов активно используются инновационные методы преподавания. В аудиториях имеются интерактивные проекторы, с помощью которых, преподаватели при проведении занятий могут показывать слайды, мультимедийные лекции и прочее. По некоторым преподаваемым на кафедре дисциплинам имеются электронные лекции, слайды. Для совершенствования данной методики преподавания, ППС кафедры работает над дальнейшей разработкой электронных лекций.

Задача кредитной технологии обучения состоит в развитии у студентов способностей к самоорганизации и самообразованию. Самостоятельная работа обучающегося подразделяется на два вида: самостоятельную работу студента (СРС) и самостоятельную работу студента под руководством преподавателя (СРСП). СРС - внеаудиторная работа, предполагающая самостоятельное освоение учебного материала в условиях библиотеки, компьютерного класса. СРСП предусматривается по всем дисциплинам учебного плана и вводится в расписание учебных занятий с указанием часов. Задания для СРС прописаны в силабусах.

Руководство практикой осуществляется, как правило, представителями работодателей и преподавателями, имеющими достаточную компетенцию и квалификацию, обладающими полным знанием и пониманием задач практики,

владеющими необходимыми умениями и опытом для ее эффективного осуществления. В 2014-2018 учебных годах привлеченными к руководству практикой представителями работодателей являются Жагипарова М.М. (Директор ТОО «M-PROFI») и Мякушко И.А. (Директор ТОО «ТРАНСАВИА»).

Основные требования к содержанию профессиональных практик изложены в программах практик и методических указаниях по практике, разработанных специально кафедрой.

Для совершенствования образовательной программы в университете имеются договоры о взаимном сотрудничестве с различными казахстанскими и зарубежными вузами. Это такие университеты как Кыргызский Государственный аграрный университет, Азербайджанский Государственный аграрный университет, Новосибирский государственный аграрный университет и др. (Приложение 17). Заключаются договоры о совместных образовательных программах, что позволяет организовывать академическую мобильность обучающихся. Большая роль отводится развитию внутренней академической мобильности. Заключены соответствующие договоры с КазНАУ, КазНУ им. Аль-Фараби, ЮКГУ им. М. Ауэзова, ПГУ им. С. Торайгырова и другими вузами РК.

Основой закрепления теоретических знаний у студентов является практическая подготовка. Профессиональная практика обучающихся является важнейшей частью подготовки высококвалифицированных специалистов, практика проводится в соответствующих организациях, являющихся базами практики – на предприятиях, в научно-исследовательских институтах, учреждениях, организациях. Порядок прохождения практики в университете регламентируется методической инструкцией «Порядок организации и проведения практической подготовки студентов».

Целью производственной практики является закрепление ключевых компетенций, приобретение практических навыков и опыта профессиональной деятельности по обучаемой специальности. Базами производственной практики являются организации, соответствующие профилю обучаемой специальности. На кафедре имеются договоры со следующими предприятиями, которые являются базами практики: ТОО «Казахский НИИ экономики агропромышленного комплекса и развития сельских территорий», ТОО «Аналитический центр экономической политики в АПК», ТОО Центр сертификации «Астана менеджмент», АО «КазАгроМаркетинг», АО «Инком-мебель», ТОО «Кэмпит», ТОО «Три принцессы», АО «КазАгро», ТОО «Ясмин НС», ТОО «Алуа НС 2007», ТОО «Miller&K» и др. (Приложение 18).



Обучающиеся привлекаются к научно-исследовательской работе кафедры. В 2015-2017 гг. магистранты и докторанты ОП «Маркетинг» принимали участие в научных проектах №44Г/17 «Обоснование эффективных логистических систем для развития продовольственных поясов городов Северного Казахстана» (Приложение 19) и 2548/ГФ4 «Разработка рекомендаций по созданию условий, необходимых для привлечения высококвалифицированных специалистов в сельское хозяйство Казахстана (на материалах Акмолинской области)». Магистранты и докторанты в зависимости от тем диссертаций, выполняют свои научные исследования в рамках научной темы, закрепленной на кафедре. Как правило, тематика научных исследований имеет прикладной характер, ориентированный на последующую профессиональную (производственную или научную) деятельность выпускника университета и решает конкретные проблемы производства. Приказом назначается и научный руководитель, который помогает и направляет магистранта и докторанта для написания диссертации. В ОП включена дисциплина, которая дает обучающимся овладеть основами научных исследований, и помогает понять, как и с чего начинать проводить исследования и дальнейшее их развитие.

В результате проведенных научно-исследовательской работы профессорско-преподавательским составом кафедры были внедрены различные курсы в учебный процесс. Основные результаты научно-исследовательской работы позволили включить в учебный процесс такие учебные дисциплины как «Этика бизнеса» в рамках модуля 4.-«Профессиональные языки и макроэкономический анализ», «Логистика» в составе модуля 7.-«Современная маркетинговая концепция», а также курс «Маркетинг в АПК в составе модуля 8.-«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» и в модуле 10.-«Торгово-розничный» такой предмет как «Инструменты анализа рынка»

Ежегодно, в мае-июне, на заседании кафедры проводится обсуждение и пересмотр РУП на следующий учебный год. В заседании принимают участия ППС кафедры и работодатели. Целью пересмотра является обновление учебного плана с учетом пожеланий работодателей, изменений в ГОСО, на рынке, произошедшими изменениями в данной сфере. Результаты отражаются в протоколе заседания кафедры.

При разработке модулей по ОП специальности «Маркетинг» учитывается вертикальная междисциплинарная связь по трехуровневой подготовке обучающихся. Так при обучении в бакалавриате студенты способны применять теоретические положения, идеи и методы классического маркетинга для решения конкретных

практических задач в отдельных отраслях деятельности, принимать эффективные решения о перспективе улучшения позиций предприятия на рынке на основе анализа внутренней и внешней среды. При переходе на следующие уровни подготовки магистратуры и докторантуры обучающиеся уже способны проводить хороший аналитический обзор по развитию рынка, строить стратегию предприятия при выходе на различные рынки. На основе преемственности изучаемых дисциплин от теоретических до более сложных, включающих элементы практического внедрения на производстве позволяют обучающимся более углубленно и основательно изучить все направления деятельности маркетологов на производстве.

При разработке РУПов полностью отсутствует дублирование дисциплин на различных уровнях обучения, будь это бакалавриат или магистратура.

При планировании ОП для различных уровней подготовки обучающихся в первую очередь учитываются требования ГОСО, далее учитываются мнения работодателей, ППС и родителей, где они указывают какие дисциплины должны быть включены в ОП, которые бы позволили дать все теоретические и практические навыки при получении данной профессии.

Структура образовательной программы 5B051100-Маркетинг включает 129 кредитов теоретической подготовки и состоит из следующих компонентов: содержание учебной программы (цели, задачи, миссия); перспективы трудоустройства выпускника; приобретенные компетенции выпускника; пререквизиты, процедуры, нормативы для принимаемых абитуриентов (условия приема); окончательные цели обучения (приобретенные знания); описание циклов учебной программы (ООД, БД, ПД); перечень дисциплин по семестрам; содержание учебной программы; описание практик (место прохождения, условия прохождения, семестр, кредиты); система оценки знаний, всех курсов (форма оценки, длительность в часах и кредитах, условия, система оценки ESTS); количественный и качественный состав ППС; перечень работодателей; договора для прохождения практики и трудоустройства выпускников.

Согласно государственным стандартам подготовки специалистов студенты проходят учебную, производственную и преддипломную практики.

Увеличение базы практик в 5 раз по сравнению с 2014 годом. Всего договоров более 100, а начиная с 2014 года – 48 договоров. За 2018 год заключено 37 договоров. В нынешнем году базами производственной и преддипломной практики будут следующие сельхозпредприятия и государственные учреждения: ТОО «Астана Лайн Сервис», АО «Казагроменаркетинг», ТОО «Трансавиа», ТОО «Центр

бизнес решений Elim», ТОО «М-Профи» и другие. Базы производственной и преддипломной практик постоянно обновляются.

Образовательная программа для магистрантов «Маркетинг» (2 года обучения) сформирована на основе модульной системы изучения дисциплин и содержит 8 модулей, формирующих общекультурные, специальные языковые и профессиональные компетенции. Общее количество кредитов на данную образовательную программу – 59, из них: общее количество кредитов на теоретическое обучение – 42, на практическое обучение (все виды практик) – 6, на научно-исследовательскую работу – 7, на итоговую аттестацию: Государственный экзамен по специальности – 1, написание и защита диссертации - 3. Основными базами практик для магистрантов всех ОП являются ТОО «Астана Лайн Сервис», АО «Казагромаркетинг», ТОО «Трансавиа», ТОО «Центр бизнес решений Elim», ТОО «М-Профи».

Образовательная программа 6D051100 «Маркетинг» согласована с Дублинскими дескрипторами и Европейской рамкой квалификаций и состоит из 2 модулей, формирующих обязательные и профессиональные компетенции. Образовательная программа содержит теоретическое обучение, включающее изучение циклов базовых и профилирующих дисциплин; научно-исследовательскую работу докторанта, педагогическую и исследовательскую практику, итоговую аттестацию (комплексный экзамен и написание и защита докторской диссертации). Общее количество кредитов на данную образовательную программу – 75 кредитов, из них: общее количество кредитов на теоретическое обучение – 15, на научно-исследовательскую работу докторанта - 50, профессиональную практику (исследовательская - 2, педагогическая - 3) - 5, итоговую аттестацию – 5 (в том числе на комплексный экзамен и защиту докторской диссертации - 4, написание докторской диссертации – 1).

ВУЗ реально позиционируется своей деятельностью на развитие аграрного сектора и подготовку специалистов в области маркетинговых исследований и изучение конъюнктуры рынка.

С целью учета интересов работодателей на кафедре проводятся «День открытых дверей», «Ярмарка вакансий» для обучающихся, круглые столы и встречи. Для магистрантов и студентов проводятся встречи с представителем производства (ТОО «Sport Marketing Compani» А.Луцко на тему «Разработка инструментов продвижения direct marketing», директором ТОО «М-Профи» М.М. Жагипаровой на

тему: ««Сандық экономикадағы маркетингтік зерттеулердің тиімділігі».  
(Приложение 20)

Ярким примером прозрачности разработки ОП является включение в состав ГАК представителей из числа работодателей (ТОО «Астана-Лайн Сервис»- Дамбаулов Б.Б., ТОО «Торгай» - Омурзаков Т.К., ТОО «Трансавиа» - Мякушко И.А. и др.).

Кадровый состав кафедры, материально-техническая база специальности «Маркетинг» способствуют успешному функционированию образовательной программы в соответствии с национальными приоритетами развития и стратегии вуза.

Основные положения деятельности кафедры «Маркетинг и сервис», направленные на улучшение качества деятельности кафедры посредством формирования траектории образовательных услуг; развитие и углубление прикладных научных исследований, инновационной деятельности; разработку и внедрение инновационных технологий в образовательном, воспитательном и научно-исследовательском процессах, рассмотрены и утверждены приказом председателя Правления. Стратегическая цель ОП направлена на подготовку высококвалифицированных бакалавров, магистров и докторов PhD в области маркетинга с глубокими теоретическими знаниями и практическим опытом.

На кафедре завершили финансируемый научный проект на тему «Обоснование эффективных логистических систем для развития продовольственных поясов городов Северного Казахстана», под руководством, д.э.н., профессора Б.Е. Рустембаева. Отчет итоговой работы был сдан в Комитет по науке МОН РК, где получил оценку 20 баллов.

Кроме этого, Карабасов Р.А. принимал участие в работе проекта 45Г/17 «Разработка рекомендаций по созданию условий, необходимых для привлечения высококвалифицированных специалистов в сельское хозяйство Казахстана (на материалах Акмолинской области)», также он был исполнителем в совместном проекте на тему «Устойчивое развитие аквакультуры и современные направления в рыбном хозяйстве» в рамках Программы развития ООН и Правительства Республики Казахстан «Оказание поддержки Правительству Республики Казахстан в реализации Концепции перехода к зеленой экономике и институализации Программы Партнерства «Зеленый Мост». (Приложение 21)

Были поданы заявки на конкурс по грантовому финансированию на 2018-2020 гг, а также заявка на реализацию научно-технической программы в рамках

программно-целевого финансирования МСХ. Наименование целевой программы: «Разработка рекомендаций по устойчивому развитию сельских территорий Казахстана на основе комплексной оценки их потенциала для сельскохозяйственного производства». (Приложение 22)

Тематика дипломных работ, магистерских и докторских диссертаций, обучающихся по специальности «Маркетинг», соответствует кафедральным темам научных исследований.

Активная научная деятельность осуществляется в рамках НИРС и носит постоянный характер. С 2010 года на кафедре стал функционировать научный студенческий кружок по направлению подготовки кафедры под руководством Карабасова Р.А. Кроме этого, результаты научных исследований обучающихся находят отражение в дипломных, магистерских и докторских исследованиях, написанных по актуальным темам и направлениям развития аграрного сектора, а также других видов производств.

Реализация образовательной программы по специальности «Маркетинг» осуществляется кафедрой «Маркетинг и сервис» в соответствии со следующими национальными приоритетами развития как Агробизнес -2020, ДКБ-2020 и стратегией развития КазАТУ им.С.Сейфуллина.

Участие руководителей всех уровней в достижении целей осуществляется через участие в работе Ученого совета, Советов факультетов, заседаний ректората, совещаний и методических семинаров, рабочих групп, внутривузовских комиссий, создаваемых распоряжением ректора. Ответственность руководителей разных уровней, в том числе и обеспечение качества подготовки специалистов, закреплены в должностных обязанностях.

Все процедуры и процессы университета направлены на организацию контроля за уровнем качества образования. Об этом свидетельствуют стабильность учебных достижений обучающихся, признание выпускников ОП и качество их профессиональной деятельности. С целью поддержания и развития уровня достигнутого качества образования в университете внедрена СМК.

Анализ эффективности работы по отдельным направлениям ОП производится отделом учебно-методического обеспечения, отделом контроля знаний Департамента по академическим вопросам, социально-воспитательного отдела Департамента по воспитательной работе КазАТУ им.С.Сейфуллина.

В группы анкетирования были включены обучающиеся, выпускники, преподаватели и работодатели. По результатам анкетирования, кроме определения

степени удовлетворенности, принимаются решения по корректировке планов согласно направлениям деятельности. Кроме этого, полученные данные учитываются при прохождении конкурса и аттестации преподавателей.

Анализ деятельности кафедры показал, что для снижения влияния рисков для ОП ППС следует уделять внимание таким аспектам реализации и поддержания миссии, как:

- развитие партнерских связей с предприятиями, работающими в Акмолинской области и регионе, а также с выпускниками кафедры;

- необходимость увеличения публикаций о специальностях кафедры в средствах массовой информации с целью формирования имиджа в образовательном пространстве;

- организация обучающих семинаров и тренингов по новым формам и методам обучения с учетом общемировых тенденций в образовании: совершенствование кредитной технологии обучения; разработка и применение в учебном процессе инновационных технологий обучения;

- научно-методическое обеспечение повышения качества эффективности фундаментальной подготовки педагогических кадров в системе непрерывного образования; стимулирование разработки и создания инновационных прикладных технологий на основе полученных результатов научно-исследовательских работ по приоритетным направлениям маркетинговой деятельности.

На кафедре обучение по ОП специальности «Маркетинг» ведется на государственном и русском языках. Соответственно, все документы, касающиеся планирования, организации, проведения учебного процесса оформляются и ведутся на двух языках. Обеспеченность литературой русского отделения 100%. Для улучшения образовательной траектории ППС специальности ведет постоянную работу в этом направлении, и ежегодно издается учебно-методическая литература, необходимая для качественного ее применения. В частности, ППС ОП были подготовлены и изданы следующие учебные пособия:

1. Абуов К.К., Муталляпова Ш.Е. – «Математическое моделирование технологических процессов и аграрной техники», учебное пособие, Астана, 2016г.;

2. Таурбаев Ж.Р.- «Мультимедиялық оқу құралдарын дайындау және қолдану негіздері», учебное пособие, Астана, 2016г.;

3. Таурбаев Ж.Р., Дарипбаева С.Ж.- «Финансовая математика», учебное пособие, Астана, 2017г.;

4. Хапова А.В. - «Международный маркетинг», учебное пособие, Астана, Издательство Казахского агротехнического университета им.С.Сейфуллина, 2016г.;

5. Муталыпова Ш.Е., Таурбаев Ж.Р.- «Биометрия», учебное пособие, Астана, 2017г.

6. Карабасов Р.А. – «Маркетинг товаров и услуг», учебное пособие, Астана, 2017г.

7. Карабасов Р.А., Хапова А.В.- «Рекламная деятельность на предприятии», учебно-методический комплекс, Астана, 2017г.

8. Рустембаев Б.Е., Каскатаев Н.М., Мухтарова Ж.Е. – «Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве», учебное пособие.- Издательство КАТУ им.С.Сейфуллина, Астана,2018г.

На протяжении всего срока обучения за каждой группой закрепляются эдвайзер и куратор. Эдвайзер консультирует касательно учебного процесса, ИУП-а. Куратор оказывает помощь в таких вопросах, как пропуски по болезни, опрашивание, помогает решить конфликты между студентами и преподавателем, дает советы. Консультацию эдвайзера и куратора можно получить в любое время, в том числе и индивидуальную.

Зав.кафедрой Рустембаев Б.Е., являющийся руководителем ОП по специальности 051100-Маркетинг, прошел полный курс Института повышения квалификации преподавателей вузов Казахского национального университета имени аль-Фараби по специальности «Менеджмент высшей школы» в объеме 72 часов. в 2012 году (имеется удостоверение) (Приложение 23).

Разработка совместно с работодателями передовых ОП, обеспечивающих конкурентоспособность выпускника, является одной из задач аккредитации «КазАТУ – 2025» одобрена на заседании Ученого совета 3 июня 2015 года, протокол №20, и утверждена Советом директоров КАТУ им.С.Сейфуллина 14 декабря 2015 года.

Так, например,работодатель Омурзаков Т. К. предлагает внести темы в дисциплину «Логистика», отражающие современное состояние развития маркетинговой деятельности в Казахстане и отвечающие современным требованиям рынка.

Выводы: Таким образом, оценка эффективности специфики образовательной программы проводится с точки зрения наличия компонентов, формирующих личностное развитие студентов, их творческие способности и специальные

компетенции. Данный критерий реализуется посредством внедрения в учебный процесс инновационных технологий обучения и посредством участия студентов в региональных и международных научных конференциях. Актуальным в учебно-методической деятельности ППС по ОП специальности «Маркетинг» является освоение интерактивных методик обучения с использованием мультимедийного оборудования. Совершенствуются формы проведения лекционных занятий с применением комплекса современных средств обучения, что позволяет повысить интенсивность подачи материала, усилить активность студентов.

Отличие между двумя уровнями обучения состоит в том, что бакалавриат ориентирует студента на прикладную деятельность по выбранной специализации, а магистратура и докторантура дают более углубленные теоретические знания, которые нужны тем, кто собирается заниматься наукой. Различия по программам подготовки специалистов написаны в ГОСО, Типовых учебных программах.

Таблица 4 - SWOT-анализ стандарта «Управление образовательной программой»

| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)  | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)               |
|--|--|
| Наличие нормативно-методической документации для разработки образовательной программы.                                       | Недостаточное количество совместных образовательных программ с другими вузами Казахстана |
| Разработка образовательной программы с учетом Дублинских дескрипторов, Европейской рамки квалификаций и мнения работодателей |  |
| Наличие в образовательной программе компонентов для подготовки к профессиональной деятельности                               |  |
| Наличие эффективного механизма непрерывной внутренней оценки качества и экспертизы образовательной программы                 |  |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)  | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)                            |
| Повышение эффективности инновационных методов преподавания   | Снижение доли преподавателей, имеющих ученую степень                                     |
| Востребованность выпускников специальности «Маркетинг»   |  |



Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 3, удовлетворительные – 11, предполагает улучшение – 3.

### **3 УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ И ОТЧЕТНОСТЬ**

Университет обладает достаточными материально-техническими, информационными и библиотечными ресурсами, используемыми для организации процесса обучения и воспитания обучающихся. Наличие и уровень материально-технической базы университета находится в процессе постоянного обновления и увеличения.

Создание эффективной инфраструктуры образования является необходимым условием успешного выполнения университетом своей миссии.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) - совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации в интересах ее пользователей.

В настоящее время студент, нарушивший правила внутреннего распорядка университета, будет внесен в электронную базу университета. При повторном нарушении дисциплины студент будет направлен в Сарыаркинский районный участок полиции.

Анализ осуществляется посредством анкетирования обучающихся, ППС, работодателей и представляется руководству вуза для принятия решений по изменению структуры. Руководитель образовательных программ собирает и анализирует соответствующие данные, полученные в результате мониторинга и из других источников для оценки системы обеспечения качества образования. Анализ данных по образовательной программе включает информацию, относящуюся к:

- уровню успеваемости обучающихся;
- удовлетворенности обучающихся различными аспектами реализации образовательной программы;
- образовательным ресурсам и эффективности деятельности АО "КазАТУ им.С.Сейфуллина";
- удовлетворенности организаций-работодателей и востребованности выпускников на рынке труда;
- соответствию требованиям к результатам и целям образовательной программы;
- лучшим практикам деятельности АО "КазАТУ им.С.Сейфуллина" на региональном, национальном, международном уровнях;
- дополнительным критериям, установленным АО "КазАТУ им.С.Сейфуллина".

В учебном процессе ОП «Маркетинг» всегда используются современные компьютерные и информационные технологий. Занятия сопровождаются компьютерной поддержкой. Компьютер (мультимедийный проектор) используется в качестве средства визуализации материалов отдельных занятий по дисциплинам «Маркетинговые исследования», «Управление маркетингом», «Маркетинг» и др.

Ежегодно ОП обсуждаются на кафедре с привлечением работодателей и специалистов в области маркетинговых исследований. К концу учебного года обновляются на сайте университета в разделе «Кафедры», модульные образовательные программы по всем направлениям обучения после обсуждения на кафедре рассматриваются на Ученом совете факультета, УМС университета и утверждаются Ученым советом университета. Для оценки ОП ведущие специалисты в области маркетинговых исследований отражают свои предложения и дополнения в своих рецензиях (ТОО «Астана Лайн сервис», ТОО «Три принцессы» и др.)

Инновационные предложения от заинтересованных лиц поступают на e-mail адреса кафедры, которые официально указаны на сайте КазАТУ им.С.Сейфуллина. Все предложения рассматриваются и учитываются при составлении ОП. По специальности "Маркетинг" выполнялся 1 научный проект 2015-2017гг. в рамках программы 217 МОН РК и подана заявка по МСХ РК на тему ««Разработка рекомендаций по устойчивому развитию сельских территорий Казахстана на основе комплексной оценки их потенциала для сельскохозяйственного производства», куда будут входить в качестве исполнителей молодые преподаватели, докторанты, магистранты и студенты.

Прием комплексного государственного экзамена по специальным дисциплинам проводился с 24 по 27 апреля 2018 года в специально подготовленной 1427 аудитории. К сдаче государственного экзамена на основании распоряжения № 1149 от 12.04.18 были допущены 32 студента.

Работа по организации, выполнению и контролю за ходом выполнения дипломных работ была полностью возложена на выпускающую кафедру экономического факультета.

Заседания аттестационной комиссии по приему защиты дипломных работ проводились с 5 июня по 8 июня 2018 года в 1421 аудитории. К защите по итогам предварительного обсуждения на кафедре были допущены 32 дипломные работы.

Все заседания Государственной аттестационной комиссии проводились на основании установленной формы протокола.

При оценке дипломных работ ГАК учитывала следующие критерии:

- актуальность, новизна и сложность выполнения работ;
- содержание и качество оформления дипломных работ;
- глубина обоснования выводов и их значимость для науки и практики;
- содержание доклада, стиля его изложения и полнота ответов на вопросы;

- оценка рецензента.

Комплексный экзамен по специальности 5В051100 «Маркетинг» по решению Ученого совета факультета проводился в устной форме. Для этого были разработаны экзаменационные билеты, одобренные на заседании кафедры «Маркетинг и сервис», которые были утверждены деканом экономического факультета «Маркетинг и сервис», а также на заседании методической комиссии факультета.

Таблица 5 - Результаты сдачи государственного экзамена и защиты дипломной работы за 2018 год студентов очной формы обучения специальности 5В051100 «Маркетинг»:

| Форма итоговой аттестации | Кол-во допущенных к итоговой аттестации | Количество сдавших | Из них сдали на: |        |                   |                     | Средний балл | неявка | % качества | % успеваемости от сдававших |
|---------------------------|---|--------------------|------------------|--------|-------------------|---------------------|--------------|--------|------------|-----------------------------|
|                           |   |                    | отлично          | хорошо | удовлетворительно | неудовлетворительно |              |        |            |                             |
| Гос. экзамен по спец-ти   | 31                                      | 31                 | 31               | -      | -                 | -                   | 3,8          | -      | 100        | 100                         |
| Защита дип. работы        | 32                                      | 32                 | 31               | 1      | -                 | -                   | 3,9          | -      | 100        | 100                         |
| Итого:                    | 32                                      | 32                 |                  |        |                   |                     | 3,8          |        | 100        | 100                         |

Государственный экзамен проводился по следующим обязательным дисциплинам:

1. Маркетинг;
2. Маркетинговые исследования;
3. Управление маркетингом.

Государственный экзамен проводился на казахском и русском языках в количестве 31 выпускника.

Из данных, приведенных в таблице 1, видно, что по специальным дисциплинам государственный экзамен сдавали 31 выпускник, защищали дипломные работы 32 выпускника очного отделения, 1 студент Кабидушев М. был оставлен на повторный

курс в 2016-2017 учебном году и в 2017-2018 учебном году был допущен к защите дипломной работы. Средний балл по сдаче государственного экзамена по специальности составляет – 3,8 по защите дипломной работы – 3,9. В целом при сдаче государственных экзаменов и защите дипломной работы выпускники показали хорошие знания в области теории и практики.

В целом при сдаче государственного комплексного экзамена магистранты показали хорошие знания в теоретической и практической подготовках.

Общий балл по сдаче государственного комплексного экзамена и защите магистерской диссертации составил 3,83 балла (высший балл согласно требованиям кредитной технологии обучения составляет 4,0). Процент качества знаний и процент успеваемости магистрантов составил 100%. Среди лучших диссертаций комиссия отметила работы Имангалиевой М.А. и Досановой Д.М., которые были рекомендованы для продолжения углубленных исследований по исследуемым направлениям, а предложения в магистерской диссертации Н.Х.Сейтхалиева для последующего внедрения в производство и использования в учебном процессе высших учебных заведений. Практическое предложение магистранта Мельник С.В. по подготовке и переподготовке маркетологов направить в уполномоченный орган для принятия решений.

План развития ОП составляется на 3 года и последние изменения в плане отражены на сайте кафедры и доступны всем интересующимся лицам. Согласно плану развития ОП 051100-Маркетинг связь с имеющимися материальными ресурсами прослеживается. Так, например: Обеспечение качественных образовательных услуг и конкурентоспособной профессиональной подготовки специалистов; Обеспечение качественной подготовки конкурентоспособных кадров 1. Увеличение количества обучающихся, принятых на экономическую специальность бакалавриата, магистратуры и докторантуры (см. таблица 6).

Таблица 6 - Динамика контингента обучающихся в разрезе форм и видов, студентов

| Специальность/<br>Направ. | 2015-2016 учебный год |         | 2016-2017 учебный год |         | 2017-2018 учебный год |         | 2018-2019 учебный год |         |
|---------------------------|-----------------------|---------|-----------------------|---------|-----------------------|---------|-----------------------|---------|
|                           | Всего                 | В т.ч.: | Всего                 | В т.ч.: | Всего                 | В т.ч.: | Всего                 | В т.ч.: |
| Бакалавриат               |                       |         |                       |         |                       |         |                       |         |
|                           | Всего                 | В т.ч.: | Всего                 | В т.ч.: | Всего                 | В т.ч.: | Всего                 | В т.ч.: |

|                                     |     |       |        |     |       |        |     |       |        |     |       |        |
|-------------------------------------|-----|-------|--------|-----|-------|--------|-----|-------|--------|-----|-------|--------|
|                                     |     | грант | платно |     | грант | платно |     | грант | платно |     | грант | платно |
| 5B051100-Маркетинг                  | 111 | 12    | 99     | 180 | 14    | 166    | 216 | 21    | 193    | 218 | 18    | 200    |
| Магистратура - 6M051100 «Маркетинг» |     |       |        |     |       |        |     |       |        |     |       |        |
| Научно-педагогическое               | 16  | 8     | 8      | 13  | 5     | 8      | 16  | 6     | 10     | 18  | 14    | 4      |
| Профильное                          | -   | -     | -      | 7   | -     | 7      | 7   | -     | 7      | 6   | -     | 6      |
| Докторантура                        |     |       |        |     |       |        |     |       |        |     |       |        |
| 6D051100-Маркетинг                  | -   | -     | -      | 1   | -     | 1      | 2   | -     | 2      | 3   | -     | 3      |

Увеличение доли обучающихся на грантовой основе по ОП (грант МОН РК-31, грант президента РК – 1(Оспанова А.), грант акимата Астаны – 1(Амнажолова Д).

Таблица 7 - Динамика успеваемости, достижений обучающихся за три года

| Учебный год | Отлично (А, А-) |      | Хорошо (В+, В, В-) |       | Удовлетворительно (С+, С, С-, D+, D) |       | Неудовлетворительно (F) |      |
|-------------|-----------------|------|--------------------|-------|--------------------------------------|-------|-------------------------|------|
|             | количество      | %    | количество         | %     | количество                           | %     | количество              | %    |
| 2015-2016   | 16              | 6,94 | 61                 | 54,95 | 32                                   | 28,83 | 2                       | 1,80 |
| 2016-2017   | 23              | 7,83 | 101                | 56,11 | 53                                   | 29,44 | 3                       | 1,67 |
| 2017-2018   | 32              | 6,75 | 120                | 55,56 | 62                                   | 28,70 | 2                       | 0,93 |

Обучающиеся (бакалавриат), окончившие университет с Красным дипломом:

2014-2015 гг. – 3 студента;

2015-2016 гг. – не было выпуска;

2016-2017 гг. – 1 студент;

2017-2018 у.г. – 5 студентов.

Увеличение базы практик в 5 раз по сравнению с 2014 годом. Всего договоров более 100, а начиная с 2014 года 48. За 2018 год заключено 37 договоров. В нынешнем году базами производственной и преддипломной практики будут следующие сельхозпредприятия и государственные учреждения: ТОО «Астана Лайн

Сервис», АО «Казагромаркетинг», ТОО «Трансавиа», ТОО «Центр бизнес решений Elim», ТОО «М-Профи» и другие. Базы производственной и преддипломной практик постоянно обновляются.

На сегодняшний день заключены договора со следующими организациями:

Таблица 8 - Перечень баз практик по предприятиям с 2014 по 2018 годы

| №  | Кәсіпорын (ұйым)                  |
|----|-----------------------------------|
| 1  | «M-PROFI» ЖШС                     |
| 2  | «Казкоммерцбанк» АҚ               |
| 3  | «УЧприбор Астана» ЖШС             |
| 4  | «Сенім-Астана-Н» ЖШС              |
| 5  | «Zaman.KZ –XXI» ЖШС               |
| 6  | «Центр Бизнес решений “Elim» ЖШС  |
| 7  | «ORTA BUILD» ЖШС                  |
| 8  | Гостиничный комплекс «Достар» ЖШС |
| 9  | «Цеснабанк» АҚ                    |
| 10 | «Life Fitness Astana» ЖШС         |
| 11 | “Колутон-95» ЖШС                  |
| 12 | «Қарқын-2030» ЖШС                 |
| 13 | «Ноэль Астана-Плюс» ЖШС           |
| 14 | «Достық» ЖШС                      |
| 15 | «Азия Стиль» ЖШС                  |
| 16 | «АСК целиноград» ЖШС              |
| 17 | «Беркут» ЖШС                      |
| 18 | «Рауан-1728» ЖШС                  |
| 19 | «ORTA SERVICE» ЖШС                |
| 20 | «Сарыарқа-ЛМ» ЖШС                 |
| 21 | «Солак» ЖШС                       |
| 22 | «Банк Астаны» АҚ                  |
| 23 | «Трансавиа» ЖШС                   |
| 24 | «Ловец снов» ЖШС                  |

|    |  |
|----|--|
| 25 | «Центр управления бизнесом» ЖШС        |
| 26 | «Астана Лайн Сервис» ЖШС               |
| 27 | «Raimbek - Agro»ЖШС                    |
| 28 | «НС Отель Плюс» ЖШС                    |
| 29 | «Баннур НС» ЖШС                        |
| 30 | «ADEM logistics»ЖШС                    |
| 31 | «Favorite Cafe» ЖШС                    |
| 32 | «Экономикалық зерттеулер институты» АҚ |

Кадровый состав кафедры, материально-техническая база специальности «Маркетинг» способствуют успешному функционированию образовательной программы в соответствии с национальными приоритетами развития и стратегией вуза.

На факультете функционирует специализированный центр экономических проблем аграрного развития. Данный центр способствует приобретению практических знаний обучающихся по ОП 5B051100-«Маркетинг», 6M051100-«Маркетинг», 6D051100-«Маркетинг».

Трудоустраиваемость бакалавров за последние 5 лет колеблется от 85 до 92%, магистров - 100 %. (Приложение 24)

Для повышения качества образовательной программы кафедра постоянно улучшает материально-технические и информационные ресурсы (Приложение 25).

Таким образом, информационно-коммуникационные технологии имеют динамичное развитие, доступны для обучающихся и способствуют получению глубоких теоретических знаний в области экономики и бизнеса.

Пути решения слабых сторон является поддержка авторов учебно-методической литературы на английском языке через уменьшение учебной нагрузки; высокий показатель среднего возраста остепененных преподавателей снижается путем подготовки собственных кадров через докторантура PhD.

**Вывод:** в вузе внедрены процессы управления информацией; объемы структура периодически обновляемой информации соответствуют стратегии развития вуза; обеспечивается современность, достоверность, полнота информации и ее сохранность; сбор, анализ и управление информацией обеспечивают качество реализации ОП; информация анализируется с целью выявления и прогнозирования



рисков.

Таблица 8- SWOT-анализ стандарта «Управление информацией и отчетность»

| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)  | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Наличие нормативно-методической документации для разработки образовательной программы;</li> <li>- Разработка образовательной программы с учетом Дублинских дескрипторов, Европейской рамки квалификаций и мнения работодателей</li> <li>- Наличие в образовательной программе компонентов для подготовки к профессиональной деятельности</li> <li>-Наличие эффективного механизма непрерывной внутренней оценки качества и экспертизы образовательной программы</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаточное количество совместных образовательных программ с другими вузами Казахстана</li> </ul> |
| <p>Поэтапное планирование процесса освоения образовательных программ, по самостоятельно выбранной обучающимися траектории в соответствии с правилами кредитной системы обучения.</p>   |  |
| <p>Сочетание в образовательных программах теоретического и практического обучения, самостоятельной работы, а также наличие обязательных и элективных дисциплин, включающих компоненты для подготовки к профессиональной деятельности, развитие интеллектуальных навыков, творческих способностей и личности обучаемого.</p>  |  |
| <p>О (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)</p>   | <p>Т (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Повышение эффективности инновационных методов преподавания</li> <li>-Создание в регионе новых предприятий по обслуживанию и удовлетворению социальных и культурных потребностей населения.</li> <li>- Востребованность выпускников специальности «Маркетинг»</li> <li>- Планирование образовательной траектории обучающихся в соответствии с миссией университета, посредством включения в КЭД дисциплин, отвечающих требованиям работодателей, то есть с учетом рынка труда.</li> </ul> | <p>Использование необработанной, неадекватной внешней информации для улучшения внутренней системы обеспечения качества и ее непрерывного улучшения</p> |
|---|--|

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 8, удовлетворительные – 4, предполагает улучшение – 5.

#### 4 РАЗРАБОТКА И УТВЕРЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В университете разработан порядок утверждения, периодического рецензирования (пересмотра) и мониторинга ОП и документов, регламентирующих этот процесс.

Исходными документами для разработки модульной ОП являются ТУПы специальности, программы обязательных дисциплин, а также национальные рамки квалификаций. В основе модульной ОП положена разработанная модель выпускника для каждой ОП. Верификация и валидация модели выпускника проходят посредством экспертной оценки, осуществляемой работодателями и потребителями.

Процедура разработки ОП по всем 3 направлениям заключается в осуществлении деятельности в соответствии с внутривузовским положением: Управление процессами учебной деятельности, положение о порядке разработки плана развития образовательной программы и мониторинга его реализации, положение об организации учебного процесса по дистанционным образовательным технологиям в КазАТУ им.С.Сейфуллина и положение об организации подготовки магистров и докторов PhD в рамках интеграции с научно-исследовательскими институтами, зарубежными и отечественными учеными.

Вся методическая документация рассматривается и рекомендуется к применению на заседаниях учебно-методических советов кафедр, факультетов, учебно-методического совета факультета и Ученого совета. Документы проходят процедуру согласования и утверждения с директорами департаментов, отделов, проректорами и ректором университета.

Содержание образовательных программ является ядром модели будущего специалиста. Трансформацию традиционного содержания предопределило внедрение в практику гостевых лекций с приглашением работодателей по специальностям университета, которые в дальнейшем принимали участие в актуализации образовательных программ с учетом потребностей рынка труда. При дальнейшей реализации возникла необходимость переориентации образовательных программ на компетентностный подход, когда при участии работодателей был определен набор знаний, умений и навыков, необходимых выпускнику.

Для обеспечения развития навыков самостоятельного обучения необходимо научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным

материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию, обрабатывать и анализировать, излагать данные и применять их на практике; основная задача организации самостоятельной работы обучающихся заключается в создании условий развития интеллектуальной инициативы и мышления обучающихся. Результативность самостоятельной работы обучающихся во многом определяется наличием активных методов ее мониторинга.

С целью мониторинга обеспеченности дисциплин учебно-методической литературой в университете действует Комиссия по проведению экспертизы издаваемых учебников, учебных пособий и приобретению печатных и электронных ресурсов для фонда научной библиотеки. В процессе работы указанная комиссия координирует вопросы финансирования издания учебников и учебных пособий за счет средств, выделенных университетом, регулирует первоочередность издания учебников обязательного компонента и учебников на государственном языке.

Результаты работы в рамках модульных образовательных программ регулярно рассматриваются в рамках УМО РУМС МОН РК.

**Уникальность ОП 5B051100-Маркетинг** обеспечивается получением глубоких теоретических знаний и практических навыков по реализации маркетинговых задач. Дает возможность работать обучающимся практически во всех сферах материального производства и управления народным хозяйством.

**Уникальность ОП 6M051100-Маркетинг** заключается в подготовке высококвалифицированных специалистов, способных на современном уровне эффективно решать проблемы управления маркетингом на предприятии с использованием широкого арсенала методов и подходов, а также развитии у обучающихся личностных качеств, формировании общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями МОН РК.

**Уникальность ОП 6D051100-Маркетинг** обеспечивается возможностью применения передовых научных методов и технических средств, необходимых для оперативного решения проблем научных исследований в области маркетинга; тенденции и направления развития рыночных отношений; проектной, научно-исследовательской, инновационной деятельности в области народного хозяйства; принципов организации управленческих процессов, современных научных и практических проблем управления, экономики и социальной политики, психологических и педагогических методов управленческой и экспертной деятельности.

Конкурентоспособность данных ОП заключается в том, что в них включены такие дисциплины, изучение, которых, позволяет обучающимся уже на практике показывать свою способность проводить маркетинговые исследования, предоставлять рекомендации для развития предприятия.

При разработке модулей по ОП специальности «Маркетинг» учитывается вертикальная междисциплинарная связь по трехуровневой подготовке обучающихся. Так при обучении в бакалавриате студенты способны применять теоретические положения, идеи и методы классического маркетинга для решения конкретных практических задач в отдельных отраслях деятельности, принимать эффективные решения о перспективе улучшения позиций предприятия на рынке на основе анализа внутренней и внешней среды. При переходе на следующие уровни подготовки магистратуры и докторантуры обучающиеся уже способны проводить хороший аналитический обзор по развитию рынка, строить стратегию предприятия при выходе на различные рынки. На основе преемственности изучаемых дисциплин от теоретических до более сложных, включающих элементы практического внедрения на производстве позволяют обучающимся более углубленно и основательно изучить все направления деятельности маркетологов на производстве.

При разработке РУПов полностью отсутствует дублирование дисциплин на различных уровнях обучения, будь это бакалавриат или магистратура.

Рецензирование ОП осуществляется работодателями и заинтересованными лицами для пересмотра ОП, учета предложений и замечаний, сформулированных работодателями.

Рецензирование ОП осуществляется ежегодно. Так, по итогам 2017-2018 уч.года получены рецензии от ТОО «Торгай»- директор Омурзаков Т.К., , директора ТОО "Астана Лайн Сервис" Дамбаулова Б.Б. (Приложение 24.1.)

Мониторинг ОП осуществляет ДАВ (Серекпаев Н.А.) 2 раза в год.

В разработке ОП принимают участие заинтересованные лица (ППС и работодатели), рассматривается на заседании кафедры МОП, утверждается решением Ученого Совета университета, где разработан порядок утверждения, периодического рецензирования и мониторинга ОП и документов, регламентирующих этот процесс. Основные подходы к формированию ОП 5B051100 - Маркетинг осуществляются в соответствии с Дублинскими дескрипторами, согласованными с Европейской рамкой квалификаций: 1) изучение: ГОСО ОП и др. (требование: к результатам, структуре, условиям реализации) и др.; потребностей (государственный и социальный заказ, индивидуальные потребности личности); 2)

алгоритм формирования ОП: подготовительный этап (организация рабочей группы, изучение нормативной документации и др.); основной этап (анализ результатов образовательной деятельности, ресурсов и условий вуза, разработка «модели выпускника ОП 5В051100- Маркетинг (бакалавриат, магистратура и докторантура); структура ОП (целевая – цель, задачи, планируемые результаты, система оценки; содержательная – программа развития ОП, программы дисциплин и т.д; организационная – УП и условия реализации ОП); заключительный этап (самообследование, коррекция ОП, обсуждение, утверждение ОП и т.д.).

Модель выпускника ОП – это ожидаемый результат деятельности всех субъектов, участвующих в реализации образовательной программы, и она служит основанием для проектирования образовательной политики вуза.

Модель, кроме квалификационных требований, учитывает:

- профессиональные знания (компетенции – специальная, интеллектуальная, социально-правовая; интеллектуальная инициатива; самоорганизация; саморегуляция);

- личностные качества (ответственность перед делом и людьми, добросовестность, социопривлекательность, «физическое, психическое и нравственное здоровье, образованность, общекультурная грамотность»), креативность, контактность, самоконтроль, самостоятельность).

Выпускники по специальности 5В051100 «Маркетинг» должны уметь проводить маркетинговые исследования по различным направлениям для последующего принятия стратегических решений хозяйствующими субъектами в области сегментации рынка. Выбор целевых сегментов, позиционирование товаров хозяйствующих субъектов, разработка корпоративных и инструментальных стратегий - реализация таких маркетинговых мероприятий требует владения принципами и методами управленческой деятельности, предприимчивости и деловой активности, умения принимать эффективные маркетинговые решения на основе высокой профессиональной компетенции в области экономики, менеджмента, финансов, кредитования, учета и аудита.

Виды профессиональной деятельности: выпускники по данной специальности могут выполнять следующие виды деятельности:

- эффективная система управления маркетинговой деятельностью любого хозяйствующего субъекта на основе применения принципов и технологий, научно-методологической и организационно-технологической базы маркетинга;

- изучение и прогнозирование основных показателей конъюнктуры рынка товаров и услуг;

- сервисно-эксплуатационная деятельность;
- экспериментально-исследовательская деятельность.

Функции профессиональной деятельности:

- разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности всех подразделений;

- осуществление маркетинговых исследований и сегментации рынка;

- участие в разработке стратегии и тактики сервиса, бюджета маркетинга и бизнес-плана предприятия;

- организация, планирование и координация деятельности по управлению предприятием и формирование рыночной стратегии фирмы;

- осуществление маркетингового анализа и контроля;

- управление и контроль над деятельностью предприятий в целом.

Типовые задачи профессиональной деятельности:

- планирование маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта;

- организация и проведение маркетинговых исследований;

- знание возможностей современных информационных технологий и владение методами сбора, хранения.

Выпускник модульной образовательной программы специальности 5В051100 – Маркетинг должен

**иметь представление о (об):**

- 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.

**знать:**

- основные учения в области социально-гуманитарных и экономических наук;

- категориально-понятийный аппарат маркетинга, логистики, коммерческой деятельности, международной торговли;
- структуру экономической системы и макроэкономических параметров;
- основы финансов, организации и регулирования денежного обращения, учета и отчетности;
- основные принципы менеджмента, маркетинга и международной торговли;
- основы товароведения и экспертизы товаров и услуг;
- методы регулирования международной торговли, систему валютного регулирования и контроля в Казахстане.

**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;
- 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.

**иметь навыки:**



- 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.

*Модель выпускника разрабатывалась в четыре этапа:* выделили виды деятельности выпускника по направлению подготовки, представленные в ГОСО РК № 292 от 13.05.2016 г.; выделили специализированные виды деятельности специалиста (направление подготовки в конкретной области специализации); определили специализированные компетенции; определили специализированные знания, умения в качестве целей его обучения по специальности. Участники разработки модели выпускника: представители ОП кафедры, работодатели, партнеры в сферы образования. Основой разработки модели выпускника является: ГОСО РК № 292 от 13.05.2016 (компетенции); цели, принципы подготовки специалистов; мнения представителей производства и работодателей; требования государства и региона.

Типичные работодатели ОП 051100 - «Маркетинг»: ТОО «Астана Лайн Сервис», ТОО «М-Профи», ТОО «Торгай» и другие. Работодатели для участия в проектировании ОП выбирались согласно имеющимся отраслям производства региона, интересам рынка труда в специалистах маркетинга.

Содержание ОП устанавливается соответствующими профессиональными стандартами и реализуется через учебные планы и программы. В соответствии с ТУП

специальностей составляются РУП. Обучающимися, с помощью эдвайзеров, формируются ИУПС, ИУПМ, ИУПД в соответствии с ТУП и КЭД, на основании которых ежегодно составляются семестровые РУП на один учебный год. Этим в университете выполняется одно из важных условий современных технологий обучения – мобильности учебных планов при участии самих обучающихся. Затем, в соответствии с вышеуказанными рабочими учебными планами и утвержденными через УС «нормами времени», планируется объем учебной нагрузки, т.е. расчет часов педагогической деятельности кафедр и учебные поручения ППС. Учет трудоемкости учебной работы осуществляется по объему преподаваемого материала и измеряется в кредитах (1 кредит – 45 часов, из них 15 часов аудиторных, 15 часов СРС, 15 часов СРСП).

Соответствие названия и содержания дисциплин КЭД актуальным направлениям ОП имеет отражение в плане развития ОП, в плане мероприятий по развитию ОП, где учитываются потребности государства, общества и региона. Анализ проводится регулярно в составе ППС кафедры и представителей производства, работодателей (на заседаниях кафедры, конференциях, семинарах и т.п., при анкетировании), обучающихся и выпускников (при анкетировании и получении отзывов) и др. Изменения ОП представлены в КЭД, где ежегодно прослеживается, изменяется или дополняется ли список ЭД.

Содержание всех дисциплин соответствует профилю подготавливаемых специалистов маркетинга.

Индивидуальные траектории обучения являются обязательным условием кредитной технологии обучения. *Обучающимися, с помощью эдвайзеров, формируются ИУП в соответствии с ТУП и КЭД. ИУП* составляется на общий срок обучения (бакалавриат - 4 года, магистратура 1,5-2 года и докторантура-3 года). Перед каждым академическим годом производится корректировка ИУП путем дополнительной регистрации (Приложение 26).

Квалификация, получаемая по завершению ОП бакалавриата-Бакалавр экономики и бизнеса по специальности 5В051100-Маркетинг. Квалификация, получаемая по завершению ОП магистранта-Магистр экономики и бизнеса по специальности 6М051100-Маркетинг для профильного направления и Магистр экономических наук по специальности 6М051100-Маркетинг для научно-педагогического направления.

Образовательные программы докторантуры в рамках каждой специальности формируются на основе индивидуальных учебных планов в соответствии с темой диссертационного исследования.

Знания и умения обучающихся, полученные во время изучения учебных дисциплин, закрепляются при прохождении профессиональной практики на предприятиях в соответствии с целями и задачами цикла и тем самым приобретаются навыки их практического применения.

Профессиональные компетенции прописаны в моделях выпускников бакалавров, магистров и докторов PhD по специальности "Маркетинг" (табл. 3). Например, ОП 5В051100 –"Маркетинг" закрепляются прохождением технологической практики по дисциплинам "Маркетинговые исследования" и "Управление маркетингом" в ТОО "Астана Лайн Сервис", директор Дамбаулов Б.Б., ТОО «Торгай», директор Омурзаков Т.К. и другие.

ОП 6М051100 "Маркетинг" закрепляется прохождением производственных и исследовательских практик в "Научно-исследовательском институте экономических исследований", ответственная зам.директора Хамбар Б., «Казахский научно-исследовательский институт экономики АПК и развития сельских территорий», директор Молдашев А.Б.

Таблица 9 – Пример: Влияние дисциплин на формирование профессиональных компетенций по ОП 051100 "Маркетинг"

| <b>Профессиональные компетенции</b>   |  |
|---|--|
| <b>Требование профессионального стандарта</b>   | <b>Влияние дисциплин</b>   |
| <p>А. Знание и понимание;</p> <p>В. Использование на практике знания и способности понимания;</p> <p>С. Способность к вынесению суждений, оценке идей и формулированию выводов;</p> <p>Д. Умения в области общения;</p> <p>Е. Умения в области обучения</p> | <p>ОП 5В051100 «Маркетинг» является подготовка специалиста маркетолога новой формации, умеющего проводить маркетинговые исследования, обладающего широкими фундаментальными знаниями, инициативного, обладающего способностью к научному поиску и творчеству, адаптации к меняющимся требованиям рынка труда и технологий, что соответствует в целом миссии университета.</p> <p>А. Умение работать с информационно-справочными материалами о состоянии рынков, проводить ситуационный комплексный маркетинговый анализ, проводить комплексный анализ конъюнктуры рынков сельскохозяйственного сырья и продовольствия, промышленных товаров.</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>В. Приобретение практических навыков разрабатывать программы маркетинговой деятельности, планировать рекламные кампании, консультировать работников сельского хозяйства по вопросам маркетинга.</p> <p>С. Способность сопоставлять, формировать выводы, выражать и обосновывать спрос и предложение товара на рынке.</p> <p>Д. В области общения: налаживать отношения между субъектами рыночных отношений.</p> <p>Е. В области обучения: умение анализировать проблемы рынка и товара, а также заключать международные договора о доступности товара на рынке.</p>  |
| <p>А. Знание и понимание;</p> <p>В. Использование на практике знания и способности понимания;</p> <p>С. Способность к вынесению суждений, оценке идей и формулированию выводов;</p> <p>Д. умения в области общения;</p> <p>Е. Умения в области обучения</p> | <p>ОП 5В051100 «Маркетинг товаров и услуг». В результате изучения дисциплины необходимо знать сегментирования рынка услуг, сновные факторы, используемые для сегментирования потребительского рынка услуг, суть выбора целевых сегментов, маркетинговые стратегии охвата рынка услуг, факторы, учитываемые при выборе маркетинговой стратегии охвата рынка услуг; выявлять наиболее привлекательные сегменты рынка услуг.</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>А. Знание факторов, оказывающих влияние на покупательское поведение: фактор культурного уровня, социальные, личностные, психологические. Этапы процесса принятия решения о покупке: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.</p> <p>В. Использование особенностей этапов процесса восприятия покупателем услуги как товара-новинки: осведомленность, интерес, оценка, проба, восприятие, индивидуальные различия в готовности к опробованию услуги как товара-новинки.</p> <p>С. Способность определять виды спроса на услуги, основные причины роста спроса на услуги, значимость услуги в экономике, определение конъюнктуры рынка услуг.</p> <p>Д. Умение определять макросреду, значимость макросреды в маркетинге услуг и в экономике, психологические</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>факторы,экономические факторы, демографические факторы, фактор природной среды,доминирующие факторы влияния макросреды.</p> <p>Е. Умение определять позиционирование товара-услуги на рынке, возможные пути позиционирования товара-услуги.</p>   |
| <p>А. Знание и понимание;</p> <p>В. Использование на практике знания и способности понимания;</p> <p>С. Способность к вынесению суждений, оценке идей и формулированию выводов;</p> <p>Д. умения в области общения;</p> <p>Е. Умения в области обучения</p> | <p>ОП 6М051100 " Маркетинг в АПК ". В результате изучения дисциплины студенты должны знать:</p> <p>принципы эффективного функционирования предприятий АПК, основы организации труда, методы и средства планирования работы агропромышленных предприятий, основы организации маркетинговой деятельности в АПК.</p> <p>А. Приобретение теоретических знаний по основам маркетинга в АПК;</p> <p>В. Способность применения основных понятий, методов маркетинговой деятельности на производстве;</p> <p>С.Умение осуществлять консультирование на основе анализа норм законодательства;</p> <p>Д. Способность выявлять закономерности и тенденции развития маркетинга в сфере АПК</p>   |
| <p>А. Знание и понимание.</p> <p>В. Использование на практике знания и способности понимания.</p> <p>С. Способность к вынесению суждений, оценке идей и формулированию выводов.</p> <p>Д. Умения в области общения.</p> <p>Е. Умения в области обучения</p> | <p>ОП 6М051100 "Стратегический маркетинг". В результате изучения дисциплины студенты должны знать: о состоянии, проблемах и перспективах эффективного использования услуг стратегического маркетинга. Уметь проводить сравнительный подход к оценке бизнеса, оценку финансового состояния предприятия. Уметь разрабатывать стратегические планы развития отрасли и контроля за их выполнением. Уметь выявлять резервы экономики и повышения качества работы торговых организаций и предприятий на перспективу.</p> <p>А. Приобретение теоретических знаний и условий управления стратегическим маркетингом на предприятии.</p> <p>В. Способность принимать управленческие решения по эффективной реализации маркетинговых инструментов в деятельности предприятия.</p> <p>С. Приобретение практических навыков принятия профессиональных решений в организации</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | предпринимательской деятельности.  |
| <p>А. Знание и понимание.</p> <p>В. Использование на практике знания и способности понимания.</p> <p>С. Способность к вынесению суждений, оценке идей и формулированию выводов.</p> <p>Д. Умения в области общения.</p> <p>Е. Умения в области обучения.</p> | <p>ОП 6Д051100«<b>Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве</b>».В результате освоения дисциплины студенты должны овладеть основами профессиональной деятельности в области консультирования, знать основную методологию деятельности консалтинговых компаний, способы принимаемых решений и основную специфику консалтинговых услуг. Научиться оценивать свои знания, чтобы выбрать то направление, в котором можно применить себя как грамотного консультанта.</p> <p>А. Базируется на теоретических знаниях функционирования консалтинговой деятельности предприятия.</p> <p>В. Способность привить студентам знания, умения и навыки в сфере консультационных услуг.</p> <p>С. Умение научиться проводить диагностику ситуации и состояния напряженности в обществе и различных социально-политических структурах</p> <p>Д. Способность формирования умений принимать управленческие решения в коммерческой, политической и социальной сферах.</p> <p>Е. Умение анализировать и прогнозировать консалтинговые услуги в целях дальнейшей эффективности внедрения в производство.</p> |

Логика академической взаимосвязи дисциплин: для успешного усвоения учебного материала студент должен иметь базовый минимум знаний (пререквизиты). Определение присваивания дисциплинам статуса «пре-постреквизит» происходит по следующей цепочке: при формировании Базовых Дисциплин вначале изучаются те дисциплины, которые предоставляют обучающимся минимум теоретических знаний для первоначального освоения изучения траектории направления специальности, который выступает пререквизитом для изучения следующих дисциплин, где рассматриваются более сложные и вопросы и направления, касающиеся практических навыков. Так для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» необходимо изучить дисциплину «Маркетинг», который позволяет слушателю умело применять маркетинговые инструментари для проведения маркетинговых исследований. И также строится весь механизм изучения всей ОП по специальности «Маркетинг».

Вклад той или иной дисциплины в формирование основных результатов обучения прописан в ГОСО ОП, где по циклам дисциплин представляются: цель изучения ООД, БД, ПД, а также предоставляются требования (основные результаты обучения) к уровню образованности выпускника. Результаты обучения дисциплин КЭД определяются руководством ОП по запросам представителей производства, работодателей и др., которые определяются по анкетированию студентов старших курсов, выпускников, работодателей и др.

Определение трудоемкости в кредитах учебных дисциплин осуществляется согласно "Положению о порядке разработки плана развития образовательной программы и мониторинга его реализации и Практике определения трудоемкости в кредитах учебных дисциплин, представленной в таблице 10.

Таблица 10 - Практика определения трудоемкости

| Кредиты РК | Кредиты ECTS. | Виды практик  |
|------------|---------------|---|
| 1          | 1             | Учебная:<br>$2*0,6=1$<br>Производственная, преддипломная<br>$2*3=6$<br>ГАК $3*4,5=13$ |
| 2          | 3             |   |
| 3          | 5             |   |
| 4          | 7             |   |
| 5          | 9             |   |
| 6          | 10            |   |
| 7          | 12            |   |

Виды деятельности в структуре ОП, содержание которых способствует формированию профессиональных компетенций: проведение активных видов обучения (лекции, практические и лабораторные занятия, семинары, коллоквиумы, практики: учебная, производственная, педагогическая и преддипломная); СРСП и СРС (рефераты, доклады, проекты и др.); дополнительные или индивидуальные занятия (консультативная помощь студентам); контроля знаний (входной, текущий, рубежный и итоговый); оценивание (баллы, %, традиционная оценка); анализ (достижения студентов в обучении по развитию профессиональных компетенций; выявление проблемных участков в содержании ОП или в обучении студентов); корректировка (в содержании ОП).

Соответствие содержания учебных дисциплин и результатов обучения осуществляется на основании ТУП и КЭД. Канал доступа обучающихся к содержанию дисциплин – syllabus. Соответствия содержания учебных дисциплин результатам обучения (на примере дисциплины «Маркетинг») представлены в таблице 11.

Таблица 11 - Соответствия содержания учебных дисциплин результатам обучения (на примере дисциплины «Маркетинг»)

| виды<br>деят-ти УП | Описание  | Результат обучения (компетентность обучающихся)  |
|--------------------|---|--|
| Лекция             | Логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала                    | В результате изучения дисциплины специалист должен знать:<br>- теоретические основы маркетинга, в том числе сущность концепций маркетинга, его основные принципы, методы и функции;<br>- методологию комплексного исследования рынка, в том числе изучения и прогноза конъюнктуры рынка сельскохозяйственных и промышленных товаров в АПК;<br>- формы и методы приспособления агропромышленного производства к потребностям рынка;<br>- формы и методы организации продажи товаров сельскохозяйственного происхождения и формирования спроса;<br>- преимущества и недостатки различных организационных структур службы маркетинга, особенности управления персоналом;<br>- методы контроля в системе маркетинга. |
| ПР                 | Занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории                          | Приобретение практических навыков разрабатывать программы маркетинговой деятельности, планировать рекламные кампании, консультировать работников сельского хозяйства по вопросам маркетинга.   |
| ЛР                 | Проведение студентами опытов с использованием приборов, инструментов и др. тех. приспособлений. | Способность сопоставлять формировать выводы, выражать и обосновывать спрос и предложение товара на рынке.  |
| СРС и СРСП         | Задания для самостоятельной подготовки  | В области обучения умение анализировать проблемы рынка и товара, а также заключение международных договоров о доступности товара   |



|  | обучающихся  | на рынке.   |
|--|--|---|
| Контроль ЗУНов   | Процесс обнаружения достижений студентов; указание путей совершенствования, углубления ЗУН для создания условия активной творческой деятельности | Формирование самоконтроля собственных достижений  |
| Оценивание   | Процесс проверки или определения уровня полученных компетенций   | Способность оценивать собственные достижения  |
| Корректировка  | Анализ содержания дисциплины   | Улучшение процесса формирования компетенций   |
| Производственная и преддипломная практика  | АО «Казагромаркетинг», ТОО «М-Профи», ТОО «Торгай» и другие.   | В результате прохождения практик студент должен освоить:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы маркетинга, в том числе сущность концепций маркетинга, его основные принципы, методы и функции;</li> <li>- методологию комплексного исследования рынка, в том числе изучения и прогноза конъюнктуры рынка сельскохозяйственных и промышленных товаров в АПК;</li> <li>- формы и методы приспособления агропромышленного производства к потребностям рынка;</li> <li>- формы и методы организации продажи товаров сельскохозяйственного происхождения и формирования спроса;</li> <li>- преимущества и недостатки различных организационных структур службы маркетинга, особенности управления персоналом;</li> <li>- методы контроля в системе маркетинга.</li> </ul> |
| Вывод: все проводимые в УП виды деятельности направлены на формирование профессиональных компетенций обучающихся |  |   |

Учебно-методическая документация, в которой отражены различные виды деятельности, предусмотренные в РУП, содержатся в УМКД, МР для ППС по проведению различных видов деятельности в РУП; МУ для студентов по выполнению ЛР; СРС, СРСП, всех видов практик, НИР, НИРС и др.

Для определения личных качеств обучающихся, в том числе особенностей восприятия информации, используется дифференцированный подход.

Кроме получения основной профессии маркетолога, обучающиеся могут дополнительно пройти курсы «Профессионального бухгалтера», на которую лицензия была получена на экономическом факультете при кафедре «Учет и аудит» в феврале 2019 года.

Что касается полиязычного обучения, то по специальности полиязычные группы были открыты по ОП 6М051100 – Маркетинг в 2018 году.

Кроме того при разработке ОП по направлению «Маркетинг» постоянно идет согласование с такими ОП с другими университетами, где учитываются гармонизация изучаемой ОП и внесение корректив в изучении дисциплин для дальнейшего взаимосотрудничества. Это такие вузы как, ЮКГУ им. М.Ауезова, Казахский национальный аграрный университет (Приложение 15.1).

Прохождение обучающимися профессиональных практик регламентируется методической инструкцией «Порядок организации и проведения практической подготовки студентов», ГОСО № 292 от 13.05.2016г. Ответственный: старший преподаватель кафедры Хапова А.В. Потребности и критерии ЗУН дополняются и изменяются на основании требований рынка труда, а также предложений работодателей, ППС и обучающихся. Данные берутся при анкетировании во время запланированных встреч с работодателями и партнерами. Количество мест для прохождения профессиональной практики зависит от договоров о сотрудничестве с предприятиями и потенциальными работодателями. Этапы планирования мест практики и заключения договоров: разработка плана развития ОП; составление плана мероприятий по реализации плана развития ОП; составление графиков встреч с представителями производства и работодателями; заключение договоров. Руководителем практики назначаются ППС по специфике: ОП 5В051100 – Маркетинг к.э.н., Каскатаев Н.М., к.э.н. Карабасов Р.А.

Мониторинг прохождения практики и качество его организации отслеживает *ответственный за практики на кафедре Хапова А.В.*, а также руководитель ОП зав.каф. «Маркетинг и сервис» Рустембаев Б.Е. Мониторинг удовлетворенности осуществляется анкетированием представителей баз практик.

При реализации ОП выпускающая кафедра активно сотрудничает с другими университетами – вузами-партнерами в целях организации научных стажировок,

лекций зарубежных профессоров, проведения совместных исследований и расширения академической мобильности. Ведется активная работа совместно с партнерами ближнего и дальнего зарубежья, с такими, как: Омский государственный аграрный университет им.П.А.Столыпина РФ, Южно-Уральский государственный аграрный университет РФ, Кыргызский национальный аграрный университет им. К.И.Скрябина; Полтавский аграрный институт, Украина; Гази университет, Анкара Турция; Северо-западный университет сельского и лесного хозяйства, г. Янлин, Китай; Национальный университет государственной службы, г. Будапешт, Венгрия и другие. В период ноября-декабря с 2014 года по 2015 год профессор, доктор PhD Петер Лакотош провел лекционные и практические занятия по логистике со студентами четвертого курса. Данные занятия также посетили все магистранты 1 курса и молодые преподаватели кафедры (Приложение 27).

Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор Рустембаев Б.Е. в период с 27 марта по 2 апреля 2018 года прочитал лекции по обоснованию методологических подходов к развитию логистических систем в Казахстане в Северо-Западном университете сельского и лесного хозяйства КНР.

Старший преподаватель, к.э.н. Карабасов Р.А. в период с 31 октября по 4 ноября 2016 года в Университете Святого Стефана Геделе, Венгрия, провел занятия по развитию маркетинга в настоящий период (Приложение 28).

Доцент кафедры Нурмаганбетов К.К. в период с февраля по апрель 2015 года прошел стажировку по программе Государственной программы «Болашак», Нидерланды, университет Лейден.

Старший преподаватель кафедры Дарипбаева С.Ж. в ноябре 2013 года прошла стажировку по программе «Өрлеу», Португалия, Лиссабон (Приложение 29).

Теоретические и практические результаты научных исследований за эти годы активно внедряются в учебный процесс путем использования в ходе преподавания базовых и профильных дисциплин и разработки учебно-методических комплексов по ним. Результаты НИР внедрены в образовательный процесс и используются при ведении занятий по дисциплине бакалавриата «Логистика».

**Вывод:** Таким образом, для ОП специальности «Маркетинг» определены конечные результаты обучения и траектории их достижения. Разработка ОП, обеспечивающих конкурентоспособность выпускника, предоставление образовательных услуг на уровне мировых стандартов, являются задачами Программы развития АО «Казахский агротехнический университет им.С.Сейфуллина» на 2016-2020 гг. В вузе разработан план развития ОП, модель

выпускника ОП, обеспечена непрерывность содержания ОП на различных уровнях: бакалавриат-магистратура-докторантура, основанная на логике академической взаимосвязи дисциплин, действующей системы пререквизитов и постреквизитов. Соблюдается четкое определение логической последовательности курсов дисциплин, которые отражаются в рабочих учебных программах и основных требованиях к результатам обучения. Логика составления УП и программ обучения соответствуют всем требованиям реализации ОП. Обновление ОП - систематическое, с учетом интересов работодателей.

ОП разработаны на основании анализа рынка труда и удовлетворяет запросам потенциальных потребителей, реализуются в рамках кредитной технологии обучения. Содержание ОП 051100-Маркетинг полностью соответствует ГОСО и обеспечивает подготовку высококвалифицированных кадров с инновационным и творческим типом мышления, имеющих достаточный уровень знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности.

Таблица 12 - SWOT-анализ стандарта «Разработка и утверждение образовательной программы»

|  |  |
|--|--|
| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)  | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)           |
| - Участие ППС и работодателей в разработке и управлении образовательными программами.<br>- Наличие в содержании учебных дисциплин профессионального контекста. | - Недостаточное количество совместных образовательных программ с зарубежными вузами. |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)  | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы).                       |
| Разработка совместных образовательных программ с ведущими зарубежными и казахстанскими вузами.   | Уменьшение количества образовательных грантов по уровням обучения специальности.     |
| Открытие филиалов кафедр и экспериментальных площадках вуза  |  |

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 4, удовлетворительные –5, предполагает улучшение – 3.

## 5 ПОСТОЯННЫЙ МОНИТОРИНГ И ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ОП

Мониторинг качества ОП включает:

- внутреннюю оценку ОП (рейтинг ОП в вузе, рейтинг ППС вуза, самооценка ОП в рамках специализированной аккредитации, оценка качества преподавания);
- внутреннюю оценку деятельности вуза (самооценка и соответствие с нормативными документами (стандарты, руководство по проведению самооценки) аккредитационных независимых агентств;
- высшую оценку обучающихся: ЕНТ (Единое национальное тестирование), Итоговая государственная аттестация обучающихся;
- высшую оценку ОП: ВОУД (внешняя оценка учебных достижений обучающихся), специализированная (програмная) аккредитация, рейтинг ОП;
- высшую оценку образовательной деятельности университета: проверка на соблюдение законодательства, институциональная аккредитация, рейтинг университета.

Периодичность мониторинга:

Мониторинг реализации плана развития ОП и учебных достижений обучающихся проводится дважды в год (полугодие и учебный год).

Периодичность проведения иных видов мониторинга - раз в год.

На кафедре осуществляется систематический анализ, мониторинг действующей ОП, ее соответствие данному контингенту обучающихся, по результатам анализа вносятся изменения в структуру и содержание ОП, КЭД.

Содержание ОП и распределение объема учебной нагрузки по циклам дисциплин по аккредитуемым направлениям специальности обеспечивает подготовку квалифицированных конкурентноспособных специалистов в области маркетинга.

Структура и содержание профилирующей части ОП разрабатывается ППС кафедры совместно с работодателями и обучающимися, рассматривается на заседании кафедры.

Мониторинг качества ОП осуществляется по:

- срокам выполнения плана развития ОП;
- качеству знаний студентов; по отзывам работодателей;
- отзывам студентов и выпускников ОП и др.

Оценка качества образования, получаемого в вузе-партнере: на основании внешних и внутренних нормативных документов вуза партнера, на предмет качества образования данного вуза.

Мониторинг удовлетворенности обеспечивается путем регулярного проведения анкетирования, тестирования и личных бесед руководители с сотрудниками (их удовлетворенность).

По данным анкетирования были пересмотрены список баз практик, перечень компетенций по всем направлениям подготовки специалистов маркетинга.

Динамика эффективности процедуры анкетирования показана в таблице 15.

Таблица 13 -Динамика эффективности процедуры анкетирования

| №  | Вопросы к работодателям(по 5-бальной шкале)   | 2014-<br>2015 | 2015-<br>2016 | 2016-<br>2017 | 2017-<br>2018 |
|--|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1  | Оцените, пожалуйста, качество подготовки кадров нашей кафедрой.   | 4             | 4             | 5             | 5             |
| 2  | Оцените, пожалуйста, качество подготовки кадров нашего вуза в сравнении с выпускниками других вузов, проходящих практику в Вашей организации. | 5             | 5             | 5             | 5             |
| 3  | Оцените, пожалуйста, уровень профессионально значимых навыков и компетенций.  | 4             | 5             | 5             | 5             |
| <b>Вывод: прослеживается тенденция к увеличению качества</b> |   |               |               |               |               |
|  | Вопросы к обучающимся (по 5-бальной шкале)  |               |               |               |               |
| 1  | Удовлетворены ли Вы организацией (местом) прохождения практики и почему   | 4             | 4             | 5             | 5             |
| 2  | Удовлетворены ли Вы организацией практической деятельности в месте базы практик?  | 4             | 4             | 5             | 5             |
| 3  | Удовлетворены ли Вы полученными навыками (компетенциями)?   | 4             | 4             | 5             | 5             |
| <b>Вывод: прослеживается тенденция к увеличению качества</b> |   |               |               |               |               |

В период с 23 апреля по 26 апреля 2018 года было проведено анкетирование работодателей специальности "Маркетинг". Основная цель - исследование удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускников, оценка качества образования со стороны работодателей, сотрудничество с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей.

С 2014-2015 учебного года в университете проводится ежегодный аудит образовательных программ. Аудит осуществляется деканом и/или заведующими кафедрами под руководством ректора, проректоров с целью актуализации существующих программ и/или создания новых программ, способствующих подготовке специалистов высокого уровня и владеющих необходимыми компетенциями для работодателя. Проведенный в период марта-апреля 2015 года аудит образовательных программ позволил выявить существующие проблемы и разработать рекомендации по внедрению компетентного подхода в проектировании учебных программ, а также создал предпосылки для разработки процедур ежегодного мониторинга учебных программ.

С целью мониторинга обеспеченности дисциплин учебно-методической литературой в университете действует Комиссия по проведению экспертизы издаваемых учебников, учебных пособий и приобретению печатных и электронных ресурсов для фонда научной библиотеки. В процессе работы указанная комиссия координирует вопросы финансирования издания учебников и учебных пособий за счет средств, выделяемых университетом, регулируют первоочередность издания учебников обязательного компонента и учебников на государственном и иностранном языках.

По итогам работы группы Проекта по методологии проектирования образовательных программ для 2 курса специальности «Маркетинг» введено пилотное содержание образовательной программы, основанное на альтернативном подходе. Четко определены и сформулированы цели и результаты обучения.

Учебные планы для набора 2014 и 2015 годов были сформированы на основании компетентного подхода, с учетом проведенного аудита образовательных программ в 2015 году. Проведен второй ежегодный аудит (2016 год), работали модульные группы по совершенствованию содержания отдельных дисциплин образовательных программ университета. Результаты проведенной работы выразились в предложениях по внесению некоторых изменений в содержание учебных планов второго (3 и 4 семестр) и третьего (5 и 6 семестр) курсов. Все дисциплины действующих образовательных программ были изучены,

устранены дублирования тематик, актуализировано содержание, направленное на достижение целей обучения и формирование набора компетенций.

Для обеспечения развития навыков самостоятельного обучения необходимо научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию, обрабатывать и анализировать, излагать данные и применять их на практике; основная задача организации самостоятельной работы обучающихся заключается в создании условий развития интеллектуальной инициативы и мышления обучающихся. Результативность самостоятельной работы обучающихся во многом определяется наличием активных методов ее мониторинга.

Организация учебного процесса в рамках одного учебного года осуществляется на основе академического календаря, который утверждается решением ученого совета. В академическом календаре отражаются периоды проведения учебных занятий, промежуточных и итоговой аттестации, профессиональных практик и других видов учебной работы в течение учебного года, дни отдыха (каникулы и праздники).

Учебные достижения обучающихся по всем видам контроля (текущий контроль, промежуточная и итоговая аттестация) оцениваются по балльно-рейтинговой буквенной системе (БРБС) оценки учебных достижений обучающихся с переводом в традиционную шкалу оценок согласно (приложению 29.1.).

Учебные достижения (знания, умения, навыки и компетенции) обучающихся оцениваются в баллах по 100-бальной шкале, соответствующих принятой в международной практике буквенной системе с цифровым эквивалентом (положительные оценки, по мере убывания, от "А" до "D", и "неудовлетворительно" – "FX", "F",) и оценкам по традиционной системе.

Удельный вес указанных форм контроля определяется высшим учебным заведением самостоятельно. На текущий контроль (ТК) и рубежный контроль (РК) отводится 60%, итоговый контроль (ИК) - 40% от общей суммы итоговой оценки.

Итоговая оценка выставляется по каждой дисциплине отдельно в процентном содержании по 100%-й шкале. Для расчета данного показателя необходимы данные по ТК, РК и ИК, которые обучающийся набрал в течение академического периода.

ТК представляет собой систематическую проверку учебных достижений обучающихся по каждой теме или разделу курса, проводимой преподавателем на текущих учебных занятиях.



При изучении дисциплины могут быть предусмотрены различные виды текущего контроля знаний обучающихся: устный опрос, письменный опрос, комбинированный опрос, дискуссии, тренинги, круглые столы, тесты, выполнение курсового проекта (работы).

ТК осуществляется преподавателем в рамках лекционных, практических, лабораторных, студийных занятий и самостоятельной работы обучающихся под руководством преподавателя (далее - СРОП). На СРОП преподаватель консультирует обучающихся и ведет контроль выполнения заданий для СРО.

Организацию и проведение ТК знаний обучающихся осуществляют преподаватели кафедр. Оценка работы обучающихся преподавателями на лекционных, семинарских, практических и лабораторных, студийных занятиях, должна осуществляться в соответствии с принятой БРБС, указанной в силлабусе дисциплины. Заработанные обучающимся баллы ТК проставляются в электронный журнал в АИС "Platonus".

По лекционным занятиям в журнале оценки не выставляются, контролируется посещаемость. Если обучающийся отсутствовал на занятии, то в электронном журнале по лекционным занятиям выставляется отметка «н»/«ж» по пропущенному виду занятий.

В случае отсутствия обучающегося на лабораторных, практических/семинарских, студийных занятиях и СРОП в ЭЖ проставляется значение «0|н»/ «0|ж». (н/ж – отсутствие, 0/0 – цифровое значение оценки не представленного задания)

Балл РК1, РК2 определяется суммой оценок за выполненные задания текущего контроля и делением его на количество заданий (накопительная система):

Балл (задание 1 ТК) + балл (задание 2ТК) + ... балл (задание №... ТК)  
/количество заданий=РК1 (РК2).

Подсчет РК проводится преподавателем согласно академического календаря на 8-й (Р1) и 15-й (Р2) неделях в течение академического периода (семестра).

Накопительная система выражается в процентном содержании по 100%-й шкале по каждой дисциплине в электронном журнале АИС.

Очень важной частью системы обеспечения качества образования являются отзывы и рекомендации обучающихся выпускников. Университет проводит регулярные опросы и анкетирование учащихся в конце каждого семестра, охватывающие все курсы и преподавателей.

Каждый год проводится анкетирование и опросы работодателей по содержанию образовательных программ и требованиям к выпускникам университета. Расширяется сотрудничество с работодателями для эффективной работы с будущими выпускниками. Устойчивой практикой стало привлечение работодателей не только для оценки образовательных программ, но и для проведения гостевых лекций, семинаров и тренингов, по завершению которых работодатели высказывают свое мнение об уровне подготовки обучающихся.

Таким образом, Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина на системной основе обеспечивает пересмотр содержания и структуры образовательных программ с учётом изменений рынка труда, требований работодателей и социального запроса общества.

Таблица 14 SWOT-анализ стандарта «Постоянный мониторинг и периодическая оценка образовательных программ»

| S (strength) – сильные стороны<br>(потенциально позитивные внутренние факторы)   | W (weakness) – слабые стороны<br>(потенциально негативные внутренние факторы)   |
|--|---|
| <p>Непрерывность содержания образовательной программы на различных уровнях (бакалавриат – магистратура).</p> <p>Высокий научный потенциал.</p> <p>Ежегодное обновление ОП с учетом интересов рынка труда на основе мониторинга и периодической оценки.</p> <p>ОП обновляются ежегодно с учетом интересов рынка труда на основе мониторинга и периодической оценки.</p> | <p>Недостаточное количество совместных образовательных программ с зарубежными вузами.</p> <p>Недостаточная академическая мобильность ППС по ОП «Маркетинг».</p>   |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)  | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка совместных образовательных программ с ведущими зарубежными и казахстанскими вузами.</li> <li>- У работодателей будет возможность принимать на работу выпускников с</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Уменьшение количества образовательных грантов по уровням обучения специальности.</li> <li>- Частое смена форм, методов и принципов мониторинга и оценки ОП со стороны</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| необходимым набором профессиональных компетенций. | уполномоченного органа в области образования. |
|---|---|

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 4, удовлетворительные –6.

## **6 СТУДЕНТОЦЕНТРИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ, ПРЕПОДАВАНИЕ И ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ**

ОП «Маркетинг» реализуется по трехуровневым образовательным программам бакалавриат – магистратура – докторантура (PhD). Обучающимся вне зависимости от языка обучения предоставляется возможность выбора конкретной образовательной траектории в соответствии с его жизненными установками, способностями и возможностями. Учебно-методические комплексы дисциплин, силлабусы и тестовые задания составляются на двух языках в зависимости от языка обучения, а ИУП, КЭД, рабочие учебные программы, экзаменационные билеты составляются на трех языках.

Для обеспечения гармоничного развития обучающихся с учетом их интеллектуальной развитости и индивидуальных особенностей при реализации студентоцентрированных образовательных программ учитываются потребности обучающихся, что отражается на требованиях как к преподаванию, так и в целом к преподавательской деятельности.

С обучающимися проводится профессиональная и академическая ориентация, разрабатываются ИУП с учетом последовательности изучения дисциплин. Обучающиеся имеют академическую свободу при выборе дисциплины и преподавателя. Потребности обучающихся при формировании образовательных программ могут быть удовлетворены при выборе элективных курсов.

Содержание каталога элективных дисциплин, их логическая последовательность, предложенные элективные дисциплины подвергаются рассмотрению и анализу на заседаниях кафедры и факультета на основании нижеизложенных критериев:

- 1) не допускаются дисциплины узкой направленности;
- 2) не допускаются дисциплины, представляющие собой раздел какого-либо другого курса;
- 3) предпочтение отдается практико-ориентированным дисциплинам;
- 4) дисциплины должны быть направлены на формирование определенных профессиональных компетенций;
- 5) названия и содержания дисциплин должны соответствовать актуальным направлениям науки;
- 6) дисциплины должны соответствовать уровню обучения.

По каждой дисциплине разрабатывается рабочая учебная программа.

По каталогу элективных дисциплин, сформированных в АИС «Platonus», обучающиеся изучают описание дисциплин и осуществляют выбор элективных дисциплин в зависимости от специфики выбранного направления подготовки, в результате чего формируется индивидуальная образовательная траектория.

Результаты последовательного изучения эффективности элективных курсов позволяют судить об устойчивой положительной динамике в усвоении разработанного содержания программы, ориентированного на формирование профессиональных компетенций обучающихся специальностей направления «Маркетинг». Оценивание эффективности образовательных программ проводится также с точки зрения наличия компонентов, формирующих личностное развитие обучающихся, их творческие способности и социальные компетенции.

Преподаватель осуществляет индивидуальную помощь, консультирование в период освоения дисциплины обучающимся:

- 1) преподаватель становится помощником, ответственность за обучение несут и преподаватель, и обучающийся;
- 2) обучающиеся рассматриваются как личности – учитывается их опыт, особенности, способности восприятия, интересы и потребности;
- 3) обучающийся вовлечен в процесс выбора того, что надо изучать;
- 4) процесс обучения является не только передачей знаний, но и более глубоким пониманием и формированием критического мышления.

На современном этапе в КАТУ им.С.Сейфуллина особое внимание уделено выполнению самостоятельной работы, позволяющей обучающимся приобрести опыт, развить творческий потенциал и определить их личностную ориентацию. СРС практически значима в эффективной реализации ОП. В КАУТ по каждой программе и дисциплине выбраны оптимальные формы, методы, средства организации СРС. Результатом СРС является письменная или иные виды работ.

Преподаватели осуществляют систематический контроль за ходом самостоятельной работы в процессе консультаций и практикуют следующие виды деятельности: устный опрос по материалу занятий; прием отчетов по домашним заданиям и лабораторным работам; разъяснение деталей изученного учебного материала; решение дополнительных задач по изученной теме; дискуссии на актуальные темы учебного материала.

В КАТУ им.С.Сейфуллина проводится работа по применению инновационных методов обучения обучающихся. Для ППС университета, в особенности молодых преподавателей, проводятся различные семинары-тренинги, курсы педагогического

мастерства, повышение квалификации на основе применения инновационных методов обучения. В 2017-2018 учебном году Нурпеисова А.А., Нуртаева Ж.Ш. прошли курсы повышения квалификации по программе «Инновации в образовательном процессе высшей школы» (в объеме 120 часов), состоящей из модулей: «Психолого-педагогические основы модернизации высшего профессионального образования в Республике Казахстан», «Инновационное обучение в системе высшей школы» (Приложение 30).

Отметим, что ППС кафедры «Маркетинг и сервис» применяет на занятиях различные инновационные методы обучения, такие, как:

- кейс-стади;
- использование видеоматериала;
- использование информационных порталов во время занятий;
- групповые задания.

На кафедре «Маркетинг и сервис» д.э.н., профессор Рустембаев Б.Ж., д.э.н., профессор Айтаханов К.К., д.э.н., профессор Абуов К.К., к.э.н., доцент Каскатаев Н.М. ведут дисциплины для магистрантов и докторантов «Методика преподавания экономических дисциплин», «Прикладные методы в маркетинговых исследованиях». ППС кафедры также разрабатываются и издаются методические указания к практическим занятиям. Например, доцент Каскатаев Н.М., ассистент Мухтарова Ж.Е. издали учебно-методический комплекс «Методика экономических исследований», издательство КАТУ им.С.Сейфуллина, Астана, 2015г.

ППС кафедры «Маркетинг и сервис» используются следующие активные и инновационные методы обучения в УП:

1) информационные технологии (для повышения эффективности управления учебно-организационной работой кафедры): электронные учебники (проведение виртуальных лабораторных работ, просмотр тематических лекций и др.); электронная библиотека (позволяет облегчить поиск литературы, имеющейся в наличии в фонде вуза); электронный каталог полнотекстовых ресурсов, интегрированный в республиканскую межвузовскую электронную библиотеку, в базу которой включены труды ученых РМЭБ; электронный вуз (прозрачность обработки учебных достижений студентов); обучающие учебные программы: Наш сад, CorelDrawX5, AutoCAD 2011, 3DMax 2011, Delphi 7 Pro, C++ Builder, RadPHPXE.; Программа «PLATONUS»; интернет-сервис; 2) инновации в методике преподавания учебных дисциплин (применяются с целью повышения мотивации к обучению, повышения качества обучения, привлечения студентов в активную жизнь

кафедры и вуза и др.); инновации технологий обучения - деловые игры применяет к.э.н. Асиллов Б.У., ст.преподаватель Таурбаев Ж.Р. применяет видео лекцию по дисциплине "Логистика", магистр Мухтарова Ж.Е. применяет метод дебатов, проектный метод и др.

**Вывод:** Инновации методов обучения в УП используются всеми ППС ОП, особо отличаются отмеченные в таблице 15 преподаватели. Самостоятельная работа студентов ОП 051100 обусловлена спецификой выполняемых работ: подготовкой отчетов, дипломных и магистерских работ. На кафедре имеется график и журнал проведения СРС. Оценивание отражено в PLATONUS. Задания для СРС прописаны в курсах, а также имеются МУ к выполнению СРС. Трудоемкость СРС и СРСП - 2/3 доли от общего. Например: 1 кредит – 45 часов, из них СРС и СРСП – 30 часов. Оценивание осуществляется по шкале учебных достижений, которые прописаны в УМКД. Решение об адекватности содержания читаемых дисциплин, результатов обучения и анализа соответствия СР принимает руководитель ОП и ППС. Содержание СРС прописано в ТУП и учебных программа КЭД.

Оценивание удовлетворенности руководителей баз практик обучающимися осуществляется анкетированием (работодателей); оценивание удовлетворенности обучающихся местами баз практик осуществляется анкетированием обучающихся. Например, вопросы к работодателям: «Оцените, пожалуйста, качество подготовки кадров нашей кафедрой»; «Оцените, пожалуйста, качество подготовки кадров нашего вуза в сравнении с выпускниками других вузов, проходящими практику в Вашей организации»; «Оцените, пожалуйста, уровень профессионально значимых навыков и компетенций по шкале». Вопросы к обучающимся: «Удовлетворены ли Вы организацией (местом) прохождения практики, почему?», «Удовлетворены ли Вы организацией практической деятельности в месте базы практик?», «Удовлетворены ли Вы полученными навыками (компетенциями)?».

Удовлетворенность обучающихся прохождением профессиональных практик определялся с помощью анкетирования студентов после прохождения практик.

Мониторинг продвижения обучения по образовательной траектории осуществляет эдвайзер, руководитель ОП, деканат, департамент по академическим вопросам. Условия для инклюзивного образования: лица с ограниченными возможностями в рамках ОП в данные учебные года не обучаются.

**Вывод:** Руководство ОП обеспечивает равные возможности обучающимся; учитывает их индивидуальные особенности; внедряет и применяет активные и инновационные методы обучения; проводит мониторинг СРС и ее результатов;

проводит мониторинг удовлетворенности обучающихся и работодателей; принимает решения на основе результатов обратной связи; проводит мониторинг за продвижением студентов по образовательной траектории и достижениям; обеспечивает механизм объективной оценки результатов обучения и др.

Таблица 15- SWOT-анализ стандарта «Студентоцентрированное обучение, преподавание и оценка»

| S (strength) – сильные стороны<br>(потенциально позитивные внутренние факторы)  | W (weakness) – слабые стороны<br>(потенциально негативные внутренние факторы)   |
|---|---|
| ППС ОП пересматривает свой взгляд на процесс преподавания, все более от пассивной подачи знаний переходят к активной, используя инновационные технологии и интерактивные методы обучения                                    | Слабое и недостаточное развитие внешней академической мобильности обучающихся   |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)   | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)   |
| Активизация внешней академической мобильности студентов, магистрантов и докторантов по ОП.<br>Привлечение зарубежных партнёров к подготовке кадров по ОП специальности «Маркетинг» как в бакалавриате, так и в магистратуре | Уменьшение образовательных грантов по линии подготовки профессорско-преподавательского состава через линию подготовки магистров и докторов PhD. |

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 2, удовлетворительные –6, предполагает улучшение – 2.



## 7 ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Прием лиц, поступающих в высшие учебные заведения Республики Казахстан, осуществляется посредством размещения государственного образовательного заказа (образовательные гранты), а также оплаты обучения за счет собственных средств граждан и иных источников.

Принципы формирования контингента студентов в университете, их учет, движение в процессе обучения и обеспечение выпуска определяются положениями ГОСО РК 5.03.008 – 2006 «Система образования Республики Казахстан. Контингент обучающихся. Основные положения».

Прием на ОП осуществляется согласно требованиям МОН РК, на конкурсной основе по результатам сдачи ЕНТ или комплексного тестирования (КТ), необходимо набрать установленный государством проходной балл и с пакетом документов (перечень которых можно найти на сайте университета) в установленные сроки сдать в отдел приема студентов. На основании решения приемной комиссии формируется приказ о зачислении студентов. Студент КАТУ им. С.Сейфуллина является главным субъектом образовательного процесса в высшем учебном заведении. Для зачисления в состав магистрантов/докторантов КАТУ им. С.Сейфуллина бакалавры должны сдать два экзамена: один - по иностранному языку, другой - по специальности.

Основными результатами деятельности кафедры, направленными на повышение качества обучения студентов, являются:

- многоуровневая система подготовки специалистов: бакалавриат, магистратура, докторантура;
- высокий уровень острепенности профессорско-преподавательского состава;
- высокий уровень информационного обеспечения образовательной и научной работы: внедрение инновационных методов обучения, в том числе дистанционных образовательных технологий;
- активное вовлечение работодателей в реализацию образовательных программ, участие обучающихся в научно-исследовательской работе;
- создание благоприятных условий для реализации творческого потенциала обучающихся, социальная поддержка.

В структуре контингента обучающихся по ОП наибольший удельный вес занимают обучающиеся по 5B051100-«Маркетинг» (бакалавриат), таблица 16:

Таблица 16 – Контингент обучающихся

| Специальность                            | 2014-2015 |       | 2015-2016 |       | 2016-2017 |       | 2017-2018 |       | 2018-2019 |       |
|--|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|  | всего     | грант | всего     | грант | всего     | грант | всего     | грант | всего     | грант |
| 5B051100-<br>Маркетинг<br>(бакалавриат)  | 79        | 6     | 111       | 12    | 180       | 14    | 216       | 21    | 218       | 18    |
| 6M051100-<br>Маркетинг<br>(магистратура) | 14        | 9     | 16        | 8     | 20        | 5     | 23        | 6     | 24        | 14    |
| 6D051100-<br>Маркетинг<br>(докторантура) | -         | -     | -         | -     | 1         | -     | 2         | -     | 3         | -     |

Как видно из таблицы, контингент обучающихся по ОП из года в год имеет тенденцию увеличения, в том числе по государственному образовательному гранту и обучающихся на платной договорной основе.

Со студентами 1 курса, обучающимися на платной основе, университет заключает договор на предоставление платных образовательных услуг, разработанный на основе типового договора. Реализация образовательных услуг сверх государственных общеобязательных стандартов образования осуществляется на платных условиях. Численность обучающихся соответствует санитарным нормам учебной площади, приходящейся на одного обучающегося в соответствии с установленными лицензионными требованиями и требованиями СТ. РК 1158. С этой целью осуществляется расчет приведенного контингента обучающихся.

Количественный состав контингента студентов в расчете на одного преподавателя для очной формы обучения соответствует 8:1.

Студент имеет право на восстановление в университет на любую форму обучения, на любую специальность независимо от сроков отчисления при восстановлении. Восстановление в число студентов осуществляется только на платное обучение на соответствующий курс. При этом разница в рабочих учебных планах должна составлять не более пяти учебных дисциплин обязательного компонента, в противном случае студент восстанавливается на курс ниже.

В университете функционирует Студенческий парламент, Комитет по делам молодежи, студенческий профком, молодежное крыло партии «Жас Отан», отделения Альянса студентов Казахстана, дебатный клуб «Аманат», клуб дружбы

«Достык», литературный кружок, также на базе университета имеется факультет общественных профессий, где студенты могут развивать свои таланты (пение, танцы, игра на музыкальных инструментах, актерское мастерство, КВН и пр.).

Цель функционирования студенческих коллегиальных органов – формирование личности специалиста, ориентирующегося в высококультурном цивилизованном пространстве, вооруженного государственными, народными, духовно-нравственными устоями.

Задачами студенческих коллегиальных органов являются:

- воспитание патриотизма в единстве этических норм и эстетических ценностей, уважения к законам страны и гражданским правам личности;

- философско-мировоззренческая ориентация студентов в понимании смысла жизни, своей уникальности и ценности;

- приобщение к системе культурных ценностей, выражающих богатство общечеловеческой и национальной культуры, формирование личного отношения к ним;

- усвоение общечеловеческих норм гуманизма (истина, справедливость, добро, красота, взаимопонимание, сочувствие, милосердие и др.), следование им в жизни и культивирование интеллигентности как значимого личного качества и т.д.

Руководство организацией воспитательной работы осуществляет заместитель Председателя правления по воспитательной работе.

Студенческие советы оказывают помощь ректорату, комитету по делам молодежи университета в организации воспитательной работы, улучшении жилищно-бытовых условий студентов, проживающих в общежитиях, культурно-массовой, спортивной работы.

Обучающиеся по аккредитуемым ОП активно участвуют в научно-исследовательской работе (НИР). Порядок проведения научно-исследовательской работы описан в стандарте организации Управление процессами научной деятельности студентов и в «Положении о научно-исследовательской работе студентов КАТУ им.С.Сейфуллина».

Основными задачами НИРС являются овладение (в рамках единого образовательного и научного процессов) системой понятий, суждений и умозаключений в области профессии, базирующихся на знаниях, умениях, навыках и опыте деятельности; овладение студентами научными методами познания; ознакомление студентов с методами научных исследований, методикой проведения эксперимента и теорией принятия решения; приобретение навыков

самостоятельного решения научных и практических задач; приобретение навыков работы в научных коллективах, ознакомление с методами организации их работы; воспитание у студентов потребности к творчеству, к самообразованию, к постоянному совершенствованию своих знаний, углубленному и творческому освоению учебного материала; формирование навыков и потребности постоянной работы с отечественной и зарубежной литературой, умение работать с патентным фондом; освоение современных информационных технологий и методов информационного общения (Internet, электронная почта и др.); формирование научного подхода к оценке актуальности научных направлений (работ), обеспечивающих реальный экономический, социальный или духовный прогресс общества; установление тесных связей интересов студента с научно-образовательным направлением кафедры, укрепление его творческих контактов с преподавателем в бинарном процессе обучения.

Научно-исследовательская работа обучающихся организуется непосредственно на кафедрах и научных подразделениях университета. Научное руководство осуществляется профессорско-преподавательским составом кафедры. К руководству НИРС привлекаются также ведущие научные сотрудники сторонних научных организаций и магистры.

Обучающиеся принимают активное участие в республиканской конференции «Сейфуллинские чтения». Научно-исследовательская работа студентов включается в индивидуальные планы работы преподавателей и общие планы учебно-воспитательной и научной работы кафедры. Результаты научно-исследовательской работы обучающихся освещаются в ежегодном отчёте кафедры.

Данные представлены в нижеследующей таблице 17.

Таблица 17 – Результаты НИРО (бакалавриат, магистратура, докторантура)

|  | 2013-2014 | 2014-2015 | 2015-2016 | 2016-2017 | 2017-2018 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Международные научные издания, TomsonReuters, Scopus | -         | -         | -         | -         | 1         |
| Высокорейтинговые журналы (РИНЦ и др.)               | -         | 1         | 2         | 3         | 2         |
| Журналы, реком. ККСОН                                | -         | -         | -         | -         | -         |
| Журналы ближнего и дальнего зарубежья                | -         | -         | -         | 2         | 2         |
| Международные конференции                            | -         | 2         | 8         | 4         | 3         |
| Республиканские конференции                          | 3         | 10        | 9         | 12        | 27        |
| Сейфуллинские чтения                                 | 3         | 10        | 9         | 12        | 27        |
| Итого  | 6         | 23        | 28        | 33        | 61        |

Академическая мобильность обучающихся в университете осуществляется посредством реализации следующих механизмов:

- организация летнего семестра для освоения модулей образовательных программ с приглашением преподавателей и студентов из других вузов;
- изучение обучающимися отдельных дисциплин или модулей образовательных программ в других организациях образования республики, а также за рубежом;
- выезд студентов за рубеж на практическую подготовку по своим образовательным программам;
- освоение дополнительных образовательных программ и курсов посредством дистанционных технологий.

При планировании и организации академической мобильности используются следующие нормативные документы:

- заявление обучающегося, выезжающего по программам мобильности;
- соглашение об обучении по программам мобильности (договор);
- информационный пакет (каталог курсов);
- транскрипт обучающегося;
- общеевропейское приложение к диплому (для обучающихся, выезжающих за рубеж).

Соглашение об обучении по программам академической мобильности является основным документом, регулирующим процесс обучения студента по программе академической мобильности, и заполняется на государственном, русском, а также на английском языках (для обучающихся, выезжающих за рубеж).

Соглашение подписывается тремя сторонами: обучающимся, официальным лицом посылающего на обучение, и официальным лицом принимающего учебного заведения. Цели развития академической мобильности:

- расширять мобильность студентов на всех 3-х циклах обучения по различным образовательным программам;
- способствовать предоставлению возможностей для участия в программах академической мобильности обучающихся;
- обеспечивать высокое качество мобильности;
- способствовать мобильности преподавателей, молодых ученых и административного персонала вузов;

- рассматривать высшие учебные заведения в ЕПВО в качестве мест для организации международного академического обмена и поставщиков квалифицированных выпускников в мировом масштабе;

- предоставление возможности внешней и внутренней мобильности для обучающихся, формирование информационной базы о совместных проектах университета с зарубежными партнерами, о стипендиальных программах и грантах поддержки академической мобильности студентов, магистрантов, докторантов PhD, преподавателей и сотрудников университета; реализация программ академической мобильности (информирование, отбор кандидатов, оформление необходимого пакета документов, согласование условий обучения или научно-исследовательской стажировки);

- реализация программ языковой подготовки для обучающихся и ППС;

- участие преподавателей и обучающихся в различных международных программах, проектах и одновременно заинтересованность их в дальнейшей преподавательской деятельности в своем университете;

- использование опыта зарубежных ученых в университете для чтения специальных инновационных курсов, проведения консультаций и совместных научных исследований;

- внедрение полиязычия в учебный процесс;

- расширение международного сотрудничества;

- эффективно работать в изменившихся условиях глобального рынка.

Для внеучебного развития студентов в университете действуют научные кружки, спортивные секции, литературный и дебатный клубы, творческие коллективы (танцевальные, музыкальные, актерские, КВН и пр.). Кроме этого, в течение учебного года проводится масса мероприятий и конкурсов, самыми крупными из которых являются «Первая студенческая осень», «Наурыз-мейрамы», «Қыз сыны», «Жігіт сұлтаны», Спартакиада среди первокурсников и многое другое.

Выводы: учебно-методическая и воспитательная работа со студентами проводится регулярно и планомерно, в соответствии с требованиями, предъявляемыми к профессиональным и социальным компетентностям специалистов данного профиля.

Вуз предоставляет абитуриентам, претендующим на обучение по образовательным программам, следующие дополнительные услуги:

- подготовительные курсы;
- пробное тестирование;
- тестирование по английскому языку для полиязычных групп.

Результаты ЕНТ становятся преобладающими показателями, учитываемыми приемной комиссией вуза при проведении конкурсного отбора и, тем самым, определяют качество формируемого контингента студентов.

Также кафедра активно занимается профориентационной деятельностью.

Данная работа проводится в следующих формах:

- выездные профориентационные работы в школах Костаная, Кокшетау, Петропавловска, Щучинска, поселков Шантобе, Лесной, Веселовская, Приозерная в Акмолинской, Костанайской, Северо-Казахстанской, Туркестанской областях, а также в школах г.Астаны № 4,63;

- организация и проведение выездных профориентационных мероприятий в школах районов, информирование о факультетах, кафедрах и специальностях университета, а также оказание помощи в профессиональном самоопределении, с целью привлечения выпускников к поступлению в университет; привлечение учащихся школ района к активному участию в "Днях открытых дверей", научно-практических конференциях; организация и проведение целевых семинаров в общеобразовательных учреждениях с привлечением преподавателей университета;

- знакомство школьников с многоуровневой структурой образования в университете;

- информирование абитуриентов о формах обучения, многообразии специальностей университета, возможностях дальнейшего трудоустройства посредством рекламы в СМИ;

- издание в типографии университета информационных профориентационных буклетов, специального выпуска университетской газеты «Менің университетім» с целью предоставления абитуриентам полной информации о поступлении в ВУЗ, о факультетах и специальностях.

Для реализации кредитной системы обучения в университете созданы специальные академические службы, оказывающие содействие студентам в выборе и реализации их образовательных траекторий и помощь в освоении учебных дисциплин. Специальными академическими службами являются офис регистратора

и служба эдвайзеров (Хапова А.В., Шаймерденова А.К., Шапенова К.К., Карабасов Р.А., Жолмуханова А.Ж., Мухтарова Ж.Е., Куттаякова Г.Ж., Асилов Б.У., Саметова Р.М., Усенова Ж.А.), содействующих обучающимся в выборе образовательной траектории.

Департамент по академическим вопросам, руководствуясь утверждёнными индивидуальными учебными планами и официальными сведениями о контингенте студентов, формирует академические потоки, учебные группы и подгруппы. Последующим прогрессом обучающихся занимаются деканат, кафедра (контроль посещаемости, успеваемости, оплата обучения хоздоговорниками, результаты экзаменационных сессий, анализ адаптационного периода обучающихся).

Обучающиеся и посетители официального сайта университета [www.kazatu.kz](http://www.kazatu.kz) могут ознакомиться с правилами приема, перевода с курса на курс, из других вузов, о порядке перезачета кредитов, освоенных в других вузах, отчисления и т.д., узнают в деканате и Департаменте по академическим вопросам (Стандарт организации «Управление процессами учебной деятельности»).

В целях предотвращения возможных проблем со студентами, университетом предпринимаются предупреждающие действия. Согласно системе менеджмента качества, внедренной в университете, входящей информацией для проведения анализа несоответствия и разработки предупреждающих действий являются результаты внутренних аудитов, оценки учебной деятельности, нормативные и регулирующие государственные и отраслевые документы, оценка удовлетворенности потребителей.

По условиям кредитной системы обучения разница в учебных планах переведенных и восстановленных студентов ликвидируется в течение академического периода или в летнем семестре на платной основе. Допустимая разница в учебных планах студентов определяется «Правилами перевода и восстановления обучающихся по типам организации образования», утвержденными приказом РК № 638 от 9 декабря 2008 года и «Положением о СМК».

Для предупреждения проблем концентрируется и используется следующая информация:

- данные о посещаемости занятий (по дисциплинам);
- данные о текущей ежемесячной и промежуточной аттестации в семестре (по дисциплинам);
- данные итоговой аттестации (по результатам).



Руководство университета и деканат совместно с профессорско-преподавательским составом кафедр предоставляет различные консультации студентам, имеющим академические задолженности или социально-бытовые проблемы.

На заседаниях кафедры и кураторских часов обсуждаются отчеты о посещаемости занятий студентами по каждой неделе, о текущей ежемесячной успеваемости, результаты промежуточной аттестации.

Доступная информация по формированию контингента размещена на сайте [www.kazatu.kz](http://www.kazatu.kz).

Для только что поступивших и иностранных студентов в университете проводятся вводные лекции по расписанию в определенной аудитории. По итогам проведенных вводных лекции обучающийся должен иметь представление о специальности, кредитной технологии и др. Вводные лекции проводят ведущие преподаватели кафедры (Каскатаев Н.М., Асиров Б.У. и др) и эдвайзеры (Жолмуханова А.Ж., Хапова А.В., Асиров Б.У.). К тому же имеется справочник-путеводитель студента КазАТУ, 2014 года, содержание которого приведено на рисунке 3.

### СОДЕРЖАНИЕ

|    |   |    |
|----|---|----|
| 1  | Глоссарий   | 5  |
| 2  | Общие сведения об университете  | 7  |
| 3  | Службы поддержки студентов  | 8  |
| 4  | Информация по факультетам   | 11 |
| 5  | Права и обязанности студентов   | 14 |
| 6  | Порядок регистрации студентов на дисциплины   | 16 |
| 7  | Организация учебного процесса   | 17 |
| 8  | Система контроля и оценки знаний студентов  | 18 |
| 9  | Перевод студентов с курса на курс, ликвидация академических задолженностей и повторное обучение | 19 |
| 10 | Летний семестр  | 21 |
| 11 | Практика студентов  | 21 |
| 12 | Порядок перевода, отчисления и восстановления студентов   | 22 |
| 13 | Порядок выплаты государственных стипендий   | 24 |
| 14 | Правила пользования материальными ресурсами   | 25 |
| 15 | Порядок предоставления платных образовательных услуг и оплаты студентами за обучение            | 26 |
| 16 | Кодекс чести студента   | 28 |
| 17 | Календарь мероприятий на год  | 29 |
| 18 | Академический календарь   | 30 |
| 19 | Индивидуальный учебный план студента  | 31 |
|    | Заключение  | 33 |

Рисунок 3.Содержание вводной лекции

Иностранных обучающихся на кафедре не имеется, в университете иностранные обучающиеся прибыли, в основном, из Китая и Афганистана.

Кафедра сотрудничает с Центром Болонского процесса и академической мобильности.

В соответствии с Государственной программой развития образования Республики Казахстан на 2011-2020 годы продвижение академической мобильности обучающихся, как одного из принципов Болонской декларации, рассматривается в качестве важнейшего целевого индикатора.

Для совершенствования образовательной программы в университете имеются договора о взаимном сотрудничестве с другими казахстанскими и зарубежными вузами. Это такие университеты, как Кыргызский Государственный аграрный университет, Азербайджанский Государственный аграрный университет, Новосибирский государственный аграрный университет и др.. Заключаются договора о совместных образовательных программах, что позволяет организовывать академическую мобильность обучающихся. Для обмена опытом и чтения лекций в магистратуре и по бакалавриату на кафедру приезжал доктор Phd, профессор Ассоциации Логистики ВНР П.Лакатош.

Внешняя академическая мобильность обучающихся КАТУ им. С.Сейфуллина осуществляется посредством реализации следующих механизмов (ПОВшАМО СМК 11010.98 - 2014 Положение об организации внешней академической мобильности обучающихся в Казахском агротехническом университете им.С.Сейфуллина):

- изучение обучающимися отдельных дисциплин или модулей образовательных программ в вузе-партнере за рубежом;
- выезд обучающихся за рубеж на практическую подготовку в вуз-партнер или иную организацию.

Финансирование внешней академической мобильности может осуществляться за счет:

- средств бюджетных программ МОН РК;
- собственных средств КАТУ им. С.Сейфуллина;
- безвозмездной спонсорской помощи (грантов) от субъектов предпринимательства, международных организаций и частных фондов, иных источников;
- средств национальных и международных фондов поддержки и развития высшего и послевузовского образования;
- средств принимающей стороны;
- собственных средств обучающихся.

Академическая мобильность в университете реализуется на основании нормативных документов МОН РК, «Положения о внутренней академической мобильности обучающихся в Казахском агротехническом университете им С.Сейфуллина».

Согласно графику выполнения работ по академической мобильности студентов на кафедре была проделана следующая работа:

- проведена разъяснительная работа среди студентов всех курсов специальности 5В051100 «Маркетинг» по академической мобильности;

- разработано письмо – приглашение (реклама специальности 5В051100-«Маркетинг») для привлечения студентов из других ВУЗов;

- академическая мобильность направлена на расширение сотрудничества между вузами, что дает студентам возможность выехать в вуз-партнер на период от одного семестра до одного учебного года для обучения. С этой целью отделом ОР заключены договора с 21 вузом Казахстана, представлена в таблице 18.

Таблица 18- Перечень вузов РК, с которыми заключены договора о сотрудничестве

| <b>№</b> | <b>Наименование вуза</b>   |
|----------|--|
| 1        | Казахский национальный аграрный университет  |
| 2        | Казахский национальный университет им аль-Фараби   |
| 3        | Новый экономический университет им Т.Рыскулова   |
| 4        | Алматинский технологический университет  |
| 5        | Государственный университет им.Шакарима г.Семей  |
| 6        | Южно-Казахстанский государственный университет им.М.Ауэзова                              |
| 7        | Павлодарский государственный университет им С.Торайгырова                                |
| 8        | Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им Жангир хана                     |
| 9        | Костанайский государственный университет им А.Байтурсынова                               |
| 10       | Кокшетауский государственный университета им. Ш. Уалиханова                              |
| 11       | УВО «Евразийский гуманитарный институт»  |
| 12       | ПХВ «Карагандинский государственный технический университет»                             |
| 13       | Восточно-Казахстанский Государственный Университет им. С.Аманжолова                      |
| 14       | НАО «Казахский национальный исследовательский технический университет им. К.И. Сатпаева» |
| 15       | Атырауский гсударственный университет им. Х.Досмухамедова                                |
| 16       | Учреждение «Алматинская академия экономики и статистики»                                 |
| 17       | РГП на ПХВ «Актюбинский региональный государственный университет им. К.Жубанова          |
| 18       | Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева         |
| 19       | Костанайский инженерно-экономический университет им М.Дулатова                           |
| 20       | Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата                                |
| 21       | Международная образовательная корпорация КазГАСА   |

Среди студентов специальности 5В051100-«Маркетинг» распространен данный перечень Вузов-партнеров;

- в целях упорядочения работы с сотрудниками вузов-партнеров были проведены консультации, в том числе, по документации по академической мобильности; сбор РУПов всех групп специальности 5В051100 - «Маркетинг» и их рассылка в ВУЗы партнеры;

- внесены корректировки в каталог летнего семестра, на данный момент каталог издан типографским способом. Каталог размещен на сайте университета (обучение, студентам, каталог летнего семестра);

- собрана база данных по студентам специальности 5В051100-«Маркетинг», желающим выехать по академической мобильности в ВУЗы партнеры на 1 семестр 2018-2019 уч. года (19).

Таблица 19– Информация по академической мобильности ОП 051100 – Маркетинг (Приложение 31)

| № | 2015-2016 гг.  |       | 2016 – 2017гг.  |   | 2017 – 2018 г.г. |       | 2018 – 2019 г.г. |
|---|--|-------|---|---|------------------|-------|------------------|
|   | Внут.  | Внеш. | Внут.   | Внеш.   | Внут.            | Внеш. | Внут.            |
| 1 | 2<br>Шагырова Л.,<br>Уябеков И.,<br>5В051100-<br>Маркетинг,<br>3курс,<br>Новый<br>экономический<br>университет<br>имени<br>Т.Рыскулова | -     | 1<br>Мендыбаева<br>Наргиза,<br>5В051100-<br>Маркетинг,<br>3курс,<br>Костанайский<br>государственный<br>университет<br>имени<br>А.Байтурсынова | 2<br>Маркен<br>Алимжан,<br>Шаймерден<br>Санжар,<br>5В051100-<br>Маркетинг,<br>3курс,<br>Университет<br>штата<br>Миссури,<br>США | -                | -     | -                |

Процесс признания в рамках академической мобильности обучающихся университетом осуществляется согласно разработанных "Положения об организации внешней академической мобильности обучающихся в Казахском агротехническом университете им.С.Сейфуллина" (ПОВшАМО СМК 11010.98 - 2014) и "Положения об организации внутренней академической мобильности обучающихся в Казахском агротехническом университете им.С.Сейфуллина"(ПОВнАМО СМК 11010.100 - 2014).

Механизм по признанию результатов мобильности обучающихся проводится по типу ECTS. Трудоемкость одного казахстанского кредита теоретического

обучения с учетом аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося составляет: 1 в бакалавриате - 45 часов; 2 в профильной магистратуре - 60 часов; 3 в научной и педагогической магистратуре - 75 часов. Для обеспечения внешней академической мобильности обучающихся и признания образовательных программ (всех уровней и форм высшего и послевузовского образования) в европейском образовательном пространстве производится пересчет казахстанских кредитов в кредиты ECTS. Перерасчет кредитов Республики Казахстан в кредиты ECTS и обратно осуществляется на основе переводных коэффициентов. Один кредит ECTS равен 30 академическим часам.

Общая учебная нагрузка, помимо аудиторной, включает следующие виды самостоятельной учебной работы обучающегося: 1) эссе, рефераты, курсовые работы (проекты); 2) лабораторные работы; 3) подготовку к различным видам текущего, промежуточного и итогового контроля; 4) сбор материалов и написание дипломной работы (проекта), магистерской диссертации.

ECTS оценивает суммарную трудоемкость учебной работы одного учебного года в 60 кредитов (в семестр обучающийся набирает 30 кредитов, а в триместр - 20 кредитов.) Продолжительность учебного года составляет 30 недель, дополнительно 6 недель отводятся на итоговый контроль. Расчет трудоемкости дисциплины образовательной программы Республики Казахстан в кредитах ECTS для бакалавриата производится, исходя из умножения ее трудоемкости в кредитах на переводной коэффициент, равный 1,5 - 1,8, с округлением до целых, по установленным правилам. При этом трудоемкость курсовых проектов (работ) входит в общую трудоемкость дисциплины. Для перерасчета дисциплин, выраженных в кредитах ECTS, в кредиты РК используется переводной коэффициент, равный 0,5 - 0,6, с округлением до целых, по установленным правилам.

Для профильной магистратуры переводной коэффициент составляет 2,2.

Для научной и педагогической магистратуры переводной коэффициент составляет 3. Перерасчет кредитов других видов учебной работы осуществляется с помощью следующих переводных коэффициентов: 1 практика: – учебная - в пределах от 0,5 до 0,6; – педагогическая - в пределах от 1,0 до 1,2; – производственная - в пределах от 2,5 до 3; – исследовательская - в пределах от 4,0 до 4,8; 2 научно-исследовательская, экспериментальная работа магистранта - от 4 до 4,8; 3 итоговая аттестация обучающегося - от 3,2 до 4,5.

Итоговым документом, подтверждающим обучение обучающегося по программе академической мобильности, является транскрипт об обучении, который

заполняется на государственном или русском языках. В транскрипт об обучении вносятся сведения о программе обучения (код дисциплины), название дисциплины, продолжительность изучения дисциплины (год, семестр, триместр), оценка за обучение (в национальной шкале и в шкале ECTS), количество присужденных кредитов РК (ECTS).

Регистрация на летний семестр обучающихся с других вузов осуществляется в рамках программы академической мобильности на основании приказа вуза. Проект приказа формируется в ЦОО при наличии личного заявления обучающегося, квитанции об оплате предметов летнего семестра и договора о сотрудничестве между вузами.

Потоки входящей и исходящей академической мобильности. Статистические данные, показывающие потоки академической мобильности, поток исходящей мобильности:

в 2014-2015 учебном году, во 2 семестре в Болгарский аграрный университет, г.Пловдив (Уахитова Дильбар);

в 2016-2017 учебном году, во 2 семестре - в Университет штата Миссури, США (Маркен Алимжан, Шаймерден Санжар).

Поток входящей мобильности:

в 2014-2015 учебном году в Новый экономический университет имени Т.Рыскулова (Жандаулетова Меруерт);

в 2015-2016 учебном году в Новый экономический университет имени Т.Рыскулова (Шагырова Л., Уябеков И.);

в 2016-2017 учебном году в Костанайский государственный университет имени А.Байтурсынова (Мендыбаева Н.).

Для обеспечения академической мобильности обучающиеся изучают отдельные дисциплины в других организациях образования, в том числе за рубежом. При этом руководитель организации образования определяет верхний предел количества кредитов для изучения в других организациях. Для изучения отдельных дисциплин на кафедре между зарубежными и отечественными организациями образования заключены договора о взаимовыгодном сотрудничестве в области академической мобильности обучающихся с вузами Казахстана и зарубежными университетами. Всего заключено 6 договоров с казахстанскими и 6 зарубежными (Россия, Польша, Чехия, Германия, Литва, Турция) вузами. Предметом данных соглашений является сотрудничество между вузами-партнерами по обеспечению

академической мобильности студентов, магистрантов и докторантов в сфере науки и образования.

На кафедре назначен координатор академической мобильности студентов (Шаймерденова А.К.), который занимается мониторингом. Для координаторов проведены обучающие семинары, регулярно проводятся консультации.

Анализ результатов ее осуществляет Центр развития международного сотрудничества и полиязычного образования.

Основными недостатками при организации академической мобильности являются:

- недостаточные языковые компетенции для обучения в ВУЗах дальнего зарубежья;
- недостаточное количество учебников и учебных пособий на иностранном языке для полиязычных групп;
- отсутствие иностранных обучающихся на кафедре;
- отсутствие возможностей у студентов обучаться в ВУЗах дальнего зарубежья за счет собственных средств;
- большая работа по синхронизации образовательных программ на основе пререквизитов;
- не отработанность механизмов финансирования и взаиморасчетов между вузами Казахстана (в особенности, между вузами, имеющими различный статус) и зарубежными;
- нежелание национальных вузов сотрудничать с региональными по вопросам мобильности.

Базами учебно-технологических и производственных практик являются такие организации, как АО «Казагромаркетинг», ТОО "Астана-Лайн Сервис", ТОО "Торгай" и другие.

Удовлетворенность обучающихся предприятиями оценивается путем анкетирования и проведения беседы со студентами.

По специальности бакалавриата имеются программы практик, которые разработаны в соответствии с государственным общеобязательным стандартом образования РК «Система образования Республики Казахстан. Профессиональная практика» (ГОСО РК от 23 августа 2012 года №1080).

Процесс распределения выпускников осуществляется путем организации и проведения ярмарки выпускников - студентов выпускных курсов всех факультетов с целью их трудоустройства. Ярмарка выпускников – это одна из новых форм

общения, позволяющая встретиться потенциальным работодателям и студентам выпускных курсов с целью дальнейшего взаимовыгодного сотрудничества.

Профессиональную помощь выпускники получают при встрече с зарубежными гостями, бизнесменами, маркетологами, предпринимателями, работодателями на конференциях, при проведении круглых столов. Связь осуществляется через мобильные телефоны, электронную почту, обмен мнениями, информацией.

В вузе имеется Ассоциация выпускников, которая оказывает спонсорскую помощь малообеспеченным студентам и помощь в трудоустройстве.

Методами взаимодействия с работодателями для трудоустройства выпускников являются:

1. Рекомендация кафедры
2. Направления о трудоустройстве
3. Проведения ярмарок вакансий выпускников с работодателями.
4. Подписание трехсторонних договоров («Университет КазАТУ им. С.Сейфуллина», «Работодатель», «Будущий специалист»).
5. Работа с центром занятости.

В процессе аттестации проходила беседа работодателей со студентами выпускного курса, в ходе которой работодателями были заданы вопросы по качествам специалиста, особенностям работы маркетолога, сложностям анализа рынка, определения степени конкуренции, определения методики ценообразования, проблемам бизнеса, а также по прохождению производственной практики и тематике дипломного проектирования.

В результате успешно выполненной образовательной программы выпускнику бакалавриата присуждается академическая степень «бакалавр экономики и бизнеса по специальности Маркетинг», выпускнику магистратуры – «Магистр экономических наук» по специальности Маркетинг в соответствии с «Государственным классификатором специальностей высшего и послевузовского образования Республики Казахстан».

Важным фактором в профессиональной деятельности выпускников является мониторинг трудоустройства. Кафедра постоянно отслеживает трудовую деятельность выпускников, приглашает на встречу с первокурсниками, помогает в дальнейшем профессиональном росте через обучение в магистратуре и докторантуре.

В 2015 году в рамках сайта вуза было организовано размещение резюме выпускников на сайте [gojob.kz](http://gojob.kz). С целью обеспечения трудоустройства выпускников



университета Центр карьеры и бизнеса обеспечивал сбор и размещение резюме выпускников на сайте gojob.kz.

Сайт содержал одну из самых больших в Казахстане, ежедневно обновляемую базу резюме от соискателей и вакансий от работодателей, проходящих многоступенчатый фильтр на качество. Объявления поступали напрямую через интернет, что делало базу GOJOB.KZ уникальной и не всегда эффективной.

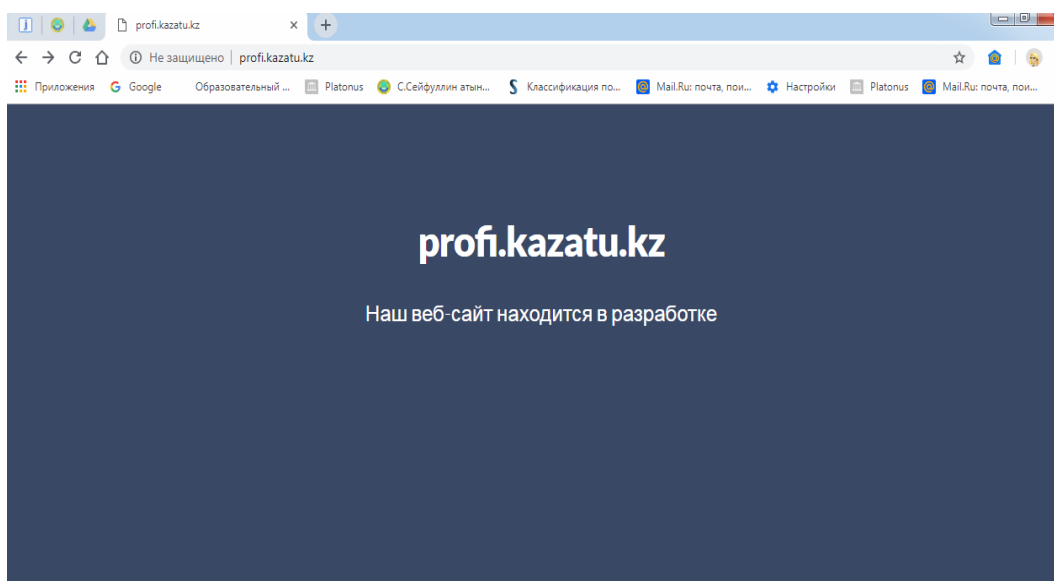
С 1 сентября 2018 года в университете меняется интерфейс сайта университета, в котором планируется создать рубрику «Работодателю» с целью трудоустройства выпускников университета, обеспечения прозрачности и актуальной адекватности.

Разрабатывается сайт **PROFI.KAZATU.KZ** - интернет ресурс по поиску работы и подбору персонала, инновационный онлайн-инструмент, с помощью которого процесс трудоустройства будет быстрым, удобным и эффективным.

1 марта 2019 года сайт будет работать в тестовом режиме, т.е. в режиме апробации и в новом учебном году 2019-2020 сайт будет работать в активном режиме.

Благодаря высокому качеству контента, оперативности и доступности посещения сайта в любое время суток, сайт **PROFI.KAZATU.KZ** будет характеризоваться высокой лояльностью пользователей и ежедневным ростом аудитории.

The screenshot displays the website of Saken Seifullin University. At the top, there is a navigation menu with categories: О НАС, ОБУЧЕНИЕ, НАУКА, АБИТУРИЕНТУ, ЖИЗНЬ УНИВЕРСИТЕТА, БИБЛИОТЕКА, and ФЕРМЕРУ. Below the menu is a large banner for a seminar titled «Основы точного земледелия: от теории к практике», held on December 20, 2018. The banner includes a photo of three men in suits sitting at a conference table. To the right of the photo, there is a text block describing the seminar. Below the banner, there is a section titled «Добро пожаловать!» with a sub-heading «Уважаемые посетители сайта!». This section features a photo of a man in a suit and a text block describing the university's status and achievements. On the right side of the page, there is a vertical sidebar with four buttons: «Блог ректора», «Работодателю» (highlighted with a red arrow), «On-line регистрация абитуриентов», and «On-line консультация по вопросам поступления».



В университете действуют следующие студенческие коллегиальные органы:

- 1 Комитет по делам молодежи (далее КДМ);
- 2 Альянс студентов Казахстана (далее АСК);
- 3 Молодежное крыло партии «Жас Отан»;
- 4 Студенческий парламент;
- 5 Студенческий Совет;
- 6 Студенческий профсоюзный комитет;
- 7 Дебатный клуб «Аманат».
- 8.Разговорный профессиональный Клуб английского языка на агрономическом факультете.

А также студенты нашего университета входят в состав Совета факультета.

Студенческая молодежная организация (КДМ) и органы студенческого самоуправления (студенческие деканаты) существуют с 2004 г.

Совет кураторов осуществляет свою деятельность в соответствии с планами работы деканата факультета, ежегодно утверждаемых проректором по воспитательной работе КАТУ им. С.Сейфуллина. Эффективность работы Совета кураторов подтверждается высокими достижениями студентов практически во всех областях деятельности, в масштабе города, области и республики (конкурсы, диспуты, соревнования и т.д.).

Неоднократно студенты становились участниками встреч с Президентом РК и представителями НДП «Нұр Отан» и «Жас Отан». Студентка 4 курса Оспанова

Асемгуль-отличница учебы и активная участница в общественной жизни факультета - в 2016 году стала обладательницей Президентской стипендии.

Об активности студентов в общественной жизни говорят следующие факты: студенты специальности участвовали в мероприятии «Наурыз». Среди студентов специальности активно ведется работа по правовому воспитанию и профилактике правонарушений. Целью данной работы является формирование правосознания и морально-нравственных качеств в соответствии с государственной программой правовой реформы и построение правового государства, предусмотренного Конституцией РК.

Анализируя содержание проводимой по специальности работы по социальной поддержке, воспитательной работе студентов можно сделать следующие выводы:

По специальности создана стройная административная структура, функционально ответственная за воспитательную работу; созданы система формирования патриотических, духовных и нравственных качеств обучающихся; условия для личностного развития и воспитания студентов; активно работают органы студенческого самоуправления.

В целом, работа со студентами соответствует требованиям Стандарта.

Созданы условия для развития самосознания, формирования этических принципов личности, ее моральных качеств и установок, согласующихся с нормами и традициями жизни общества, формирования и развития системы духовно-нравственных знаний и ценностей; реализации знаний, связанных с нормами нравственности и профессиональной этики в учебной и общественной деятельности.

Проводятся мероприятия, направленные на семейное воспитание, определяющим звеном которого является передача социально-исторического опыта эмоциональных и рациональных отношений между людьми с приоритетом воспитания нравственных, духовных и гуманистических ценностей. На первый план выступает ориентация студентов на общечеловеческие и национальные ценности, созданные на основе мировой и национальной культуры, народных традиций и потребностей всего казахстанского общества («Туған тілім - тірлігімнің айғағы»; «Тәуелсіздік- ел тірегі»; «Иманы бардың ибасы бар»).

Образовательные программы магистратуры и докторантуры включают теоретическое обучение, педагогическую и исследовательскую практики, научно-исследовательскую работу, промежуточную и итоговую аттестации.

Динамика развития НИР студентов за последние годы носит неординарный характер и представляется ежегодно со значительными колебаниями в своих

значениях. Всего по специальности обучается 139 студента, из них 35 % обучающихся участвуют в НИР.

Ежегодно проводится подготовка студенческих работ на внутрифакультетский конкурс. Работы выполняются на русском и государственном языках, исследовательского и реферативного характера.

Работа научного кружка «Стратегический маркетинг» проводится с сентября 2012 года. Членами кружка являются студенты 1-4 курсов специальности «Маркетинг».

Студенты кафедры приняли участие в ежегодном Республиканском конкурсе НИРС, были получены следующие результаты.

Обучающиеся кафедры принимали участие в олимпиадах.

15 мая 2018 года Команда «Сельский BRENД» Казахского агротехнического университета имени С. Сейфуллина с научным проектом на тему «Применение высокотехнологичных способов продвижения сельскохозяйственной продукции в рамках цифровизации АПК РК» в составе Омарова Бекарыса, Киязов Ельдоса, Нурмагамбетова Амира, Салимова Исмаила, Ахметова Болатата под руководством к.э.н., и.о. ассоциированного профессора кафедры «Маркетинг и сервис» Карабасова Расула Асылбековича заняла 2 место в Международной заочной студенческой предметной олимпиаде по специальностям «Маркетинг» на тему «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ», организованной Казахстанской Ассоциацией Маркетинга (таблица 20)..

Таблица 20 – Результаты Республиканского конкурса НИРС

| № | Тема научной работы                                   | Результат              | ФИО студентов  | Научный руководитель  |
|---|---|------------------------|--|---|
| 1 | Маркетинговая деятельность предприятия                | 1 место                | Мамбетали Дайана, 3 курс 5В051100-«Маркетинг»  | Жолмуханова Айгуль Жяхьяновна - к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Маркетинг и сервис»      |
| 2 | Малобюджетные методы привлечения клиентов с интернета | 2 место                | Насип Абай, Мамбетали Дайана, Цой Артем, Коньков Кирилл, Ли Вероника, 3 курс, 5В051100-«Маркетинг»     | Карабасов Расул Асылбекович - к.э.н., и.о. асоциированного профессора кафедры «Маркетинг и сервис»  |
| 3 | РК-технологии, расширение аудитории в кинобизнес      | Алғыс хат/Благ. письмо | Абдрахманова Виктория, Бандышева Дарья, Уласханова Аделия, Шарпфзянова Ольга, Егінберді Даулет, 3 курс | Карабасов Расул Асылбекович - к.э.н., и.о. ассоциированного профессора кафедры «Маркетинг и сервис» |

|   |  |                               |  |   |
|---|--|-------------------------------|--|---|
|   |  |                               | 5B051100<br>«Маркетинг»                      |   |
| 4 | Адаптированная система умных дверей в г.Астана                                     | Алгыс хат/<br>Благ.<br>письмо | Омаров Бибарыс, 3 курс, 5B051100 «Маркетинг» | Муталляпова Шынар Елеусизовна - к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и сервис» |
| 5 | Формирование системы обслуживания в условиях конкуренции на примере «Ағогоіеһпіса» | Алгыс хат/<br>Благ.<br>письмо | Омаров Бибарыс, 3курс, 5B051100 «Маркетинг»  | Усенова Жанар Абдукадыровна - ст.преподаватель кафедры «Маркетинг и сервис» |

В университете создан механизм мониторинга удовлетворенности студентов деятельностью вуза. Действует система службы поддержки студентов. Проводится планомерная работа в отношении создания наиболее благоприятных условий для качественного предоставления образовательных услуг, социальной поддержки студентов, создаются необходимые условия для их личностного развития и воспитания.

В течение учебного года регулярно проводится изучение потребностей, запросов, интересов студентов и преподавателей через социологические опросы, анкетирование для выявления общественного мнения. В целях определения уровня удовлетворения образовательных и социальных потребностей студентов, отношения к учебному процессу и выбранной специальности, социокультурной среде и психологической атмосфере в коллективе университета, проблеме воспитания и сферам воспитательной работы, проводится анкетирование «Удовлетворенность студента образовательным процессом».

Для совершенствования учебного процесса и выявления профессионального уровня профессорско-преподавательского состава, а именно для определения среднего рейтинга качественного и ответственного подхода к проведению занятий проводится анкетирование «Преподаватель глазами студентов».

Вопросы анкеты составлены с целью определения удовлетворенности студентов качеством преподавания каждой изученной дисциплины каждого семестра учебного года и принятия предложений для совершенствования учебного процесса. Так, например, по итогам 2 полугодия 2017-2018 учебного года проведен анализ результатов анкетирования обучающихся. Обучающиеся дали оценку качеству и уровню преподавания учебных дисциплин около 500 преподавателей. В анкетировании приняло участие около 6000 обучающихся (студентов и магистрантов).

Студентам были предложены следующие вопросы:

- уровень качества чтения лекций;
- организация учебного процесса по дисциплине в целом; качество проведения практических (лабораторных) занятий; уровень профессиональной квалификации преподавателя; уровень объективности контроля знаний по дисциплине; уровень организации самостоятельной работы по дисциплине; случаи срыва занятий по вине преподавателя;
- использование современных технологий обучения (интерактивные методы, мультимедийные средства, раздаточный материал, учебные игры, кейсы и т.д.);

Мониторингом удовлетворённости обучающихся деятельностью вуза в целом и отдельными услугами является анонимное анкетирование по всем пунктам предоставления образовательных услуг (в первую очередь учитывается компетентность ППС), также учитывается качество преподавания ЭД и т.д. Анкетирование студентов проводится раз в год, после завершения учебной нагрузки. Результаты анкетирования рассматриваются на заседании кафедры и принимаются соответствующие меры по устранению недостатков или поощрению ППС.

На кафедре разработана «Модель выпускника специальности», а также учебная программа специальности основана на соответствии условиям квалификации специального и профессионального обучения по ГОСО. На кафедре готовят будущих специалистов по специальности 5В051100- Маркетинг по двум образовательным программам: 1. Маркетинг в отраслях 2. Маркетинг промышленных предприятий; 6М051100- Маркетинг по двум образовательным программам: 1) Маркетинг в АПК. 2) Маркетинг народного хозяйства ; по специальности докторантуры 6D051100- Маркетинг по одной образовательной программе: Маркетинг.

На кафедре был разработан план развития учебной программы, основной целью которого является развитие квалификации будущих специалистов, создание предпосылок для индивидуальной соискательно-исследовательской деятельности, обучение работе с научно-технической информацией, умению систематизировать и распространять полученную информацию.

Одаренные обучающиеся выявляются путем проведения олимпиад, конкурсов и по результатам успеваемости за семестр.

При наборе студентов в академические группы по специальности 5В051100- "Маркетинг" с русским и казахским языком обучения учитывалось мнение каждого выпускника, а так же на кафедре, начиная с 2015-2016 учебного года по

специальности 6M051100-Маркетинг по полиязычной учебной программе. В начале года при помощи комиссии, созданной из преподавателей кафедры иностранных языков, были проведены тесты по английскому языку и отобраны магистранты в полиязычную группу.

Для одаренных студентов предусмотрены «Президентские» и другие именные стипендии, например, «Президентскую» по специальности 5B051100 – «Маркетинг» получала студентка 4 курса Оспанова Асемгуль в 2016-2017 учебном году. В рамках академической мобильности у одаренных студентов есть возможность пополнить знания в других вузах нашей страны и зарубежных учебных заведениях. Одаренные студенты каждый год участвуют в Республиканских олимпиадах по своей специальности, на факультетских конкурсах научно-исследовательских работ. О программах поддержки одаренных студентов информируют через кураторов групп и через электронную почту.

В университете ежегодно проводится конкурс «Лучшие» по следующим номинациям: «Патриот года», «Волонтер года», «Студент-руководитель студии (клуба)», «Организатор года», «Староста года», «Спортсмен года», «Помощник года», «Открытие года», «Первокурсник», «Студент года», «Группа года», «Творческий потенциал», «Талант года», «Оформитель года», «Ведущий года», «КВНщик года», «Вокалист года», «Инструменталист года», «Актер года», «Журналист года». Победители награждаются дипломами и денежными премиями, размер и вид поощрения по университету определяется в соответствии с приказом Председателя Правления КАТУ им.С.Сейфуллина.

Итоговый контроль (промежуточная аттестация) проводится в форме экзамена или дифференцированного зачета. Формами проведения экзаменов является бланочное, компьютерное тестирование (в том числе в АИС «Platonus»), а также устный и письменный опросы студентов. Окончательное решение о проведении экзамена в устной или письменной формах принимает УМС университета на основании мотивированного представления кафедры или факультета в течение первого месяца с начала академического периода.

Итоговая оценка студента по дисциплине выставляется по сумме баллов, заработанных студентом на всех видах текущего и рубежного контроля, за выполнение заданий СРС и на экзамене.

Итоговый результат, характеризующий уровень овладения студентом учебной дисциплины, отражается в экзаменационной ведомости в соответствии с

оценочными параметрами БРС, четырехбалльной системой оценки знаний, шкалой буквенных эквивалентов оценки .

Итоговые оценки студентов по изученным дисциплинам заносятся в электронный журнал контрольных оценок.

Итоговый уровень академической успеваемости студентов по выбранной специальности за год оценивается в виде среднего балла (GPA), который рассчитывается по формуле:

$$GPA = \frac{I_1 \square K_1 + I_2 \square K_2 + \dots + I_n \square K_n}{K_1 + K_2 + \dots + K_n} \quad (1)$$

где  $I_1, I_2, \dots, I_n$  – итоговый цифровой эквивалент в баллах по  $K_1, K_2, \dots, K_n$  - объем изучаемой дисциплины в кредитах;  
 $n$  – количество дисциплин, изученных за год.

Итоговая государственная аттестация является завершающим этапом образовательной программы студентов и проводится в соответствии с Правилами, установленными центральным исполнительным органом Республики Казахстан в области образования.

На сайте [www.kazatu.kz](http://www.kazatu.kz). для обучающегося дана полная информация, каждый студент может отслеживать свою успеваемость, проследить за выставленными баллами в день получения отметки через АИС Platonus, в базе которой у каждого студента есть свой логин и пароль.

Таким образом, обучающиеся по ОП «Маркетинг» имеют все условия для получения глубоких теоретических знаний и практических навыков по всем дисциплинам ОП и приобретения высокого общего интеллектуального уровня развития для формирования конкурентоспособности выпускников на рынке рабочей силы.

Предстоит усилить слабые стороны путем организации языковых курсов с носителем иностранного языка, отлаживания механизма академической мобильности студентов и увеличения количества финансируемых НИР на кафедре.

Таблица 21 - SWOT-анализ стандарта «Обучающиеся»

|   |  |
|---|--|
| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы) | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы) |
| Функционирование образовательного информационного портала АИС «PLATONUS»    | Слабая организация международных стажировок и обмена студентами.           |



|   |   |
|---|---|
| Высокий уровень социальной защищённости обучающихся   |   |
| О (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)   | Т (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)       |
| Наличие аналогов современных образовательных технологий, новых образовательных программ.<br>Развитие и укрепление связей с зарубежными учебными заведениями и образовательными организациями. | Уменьшение образовательных грантов по ОП специальности «Маркетинг». |

Специализированный профиль ОП 5В051100/6М051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 4, удовлетворительные –6, предполагает улучшение – 2.

## 8 ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКИЙ СОСТАВ

Профессорско-преподавательский состав является главным ресурсом для обеспечения миссии университета. В связи с этим, уделяется большое внимание вопросам подбора и подготовки персонала.

Формирование и реализация кадровой политики основывается на следующих принципах:

- демократический подход к управлению ППС и сотрудниками университета;
- сочетание интересов руководящего состава и управляемой подсистемы;
- доступность руководства;
- соблюдение паритета;
- создание условий и атмосферы инициативы и творчества;
- стимулирование деятельности ППС;
- личностное совершенствование персонала.

Данный подход отвечает современным тенденциям в области работы с человеческими ресурсами и опирается на формирование и укрепление «человеческого капитала» в условиях перехода к обществу знаний. Кадровая политика осуществляется в соответствии с основными приоритетами стратегии университета (Приложение 32).

ВКАТУ им. С.Сейфуллина кадровая политика осуществляется в соответствии с основными приоритетами Стратегии развития «КАТУ-2025» и направлена на эффективное использование человеческих ресурсов.

Подбор и расстановка ППС осуществляется рационально, с учетом положения соответствия базового образования и ученой степени данной специальности или преподаваемой дисциплины. Подбор кадров осуществляется на основе анализа потребностей образовательных программ, по результатам которого объявляется конкурс на замещение вакантных должностей. Для этого разработана и утверждена система приема на работу преподавателей и работы с персоналом в соответствии с утвержденными МОН РК «Правилами конкурсного замещения вакантных должностей», которые включают следующее:

- мотивация сотрудников к качественному труду, вовлечение их в процессы постоянного повышения качества деятельности;
- обеспечение гарантии повышения квалификации, как обязательного условия качественной и заинтересованной деятельности;

- ограничение приема на преподавательские должности лиц без ученых степеней и званий;

- прекращение контрактов с преподавателями, не ведущими научную работу и не имеющими конкретных результатов в течение длительного времени.

Потребность в подготовке персонала определяется на основании:

- заявок руководителей подразделений на повышение квалификации;

- анализа результатов работы КАТУ им. С. Сейфуллина.

Мониторинг проводится Центром менеджмента качества и аккредитации путем электронного анкетирования профессорско-преподавательского состава вуза и студентов. Обеспечение мониторинга деятельности ППС определяется на основе его рейтинга, взаимопосещаемости занятий, проведения открытых уроков и т.д.

Повышение квалификации и стажировка ППС регулярно проводится один раз в 5 лет в соответствии с планом.

Основной целью повышения квалификации и стажировок является формирование и закрепление на практике профессиональных знаний, умений и навыков, полученных в результате теоретической подготовки. Все преподаватели кафедры в разные годы с 2013 по 2018 годы прошли курсы повышения квалификации. Направления повышения квалификации: профильная (по специальности) и педагогическая, а также участие в мастер-классах, семинарах ведущих профессоров Республики Казахстан по специальности.

Трудовая и исполнительская дисциплина на хорошем уровне, благодаря рациональной организации, должного контроля и проверке исполнения ППС запланированной работы. Благодаря стабильности ППС специальности, длительной совместной работе в коллективе создан здоровый морально-психологический климат.

Подтверждением уровня компетентности преподавателей выступает эффективность и качество преподавания, оцениваемое в Университете путем проведения открытых учебных занятий, взаимопосещений занятий, а также проведение анкетирования «Преподаватель глазами студента».

Результаты данных мероприятий служат основой при продлении трудовых договоров ППС, продвижения по службе, участия в ежегодном республиканском конкурсе «Лучший преподаватель вуза».

Проведение открытых занятий, осуществление взаимопосещений преподавателями позволяет администрации университета систематически оценивать качество преподавания дисциплин. На кафедрах ведутся журналы взаимопосещений.

Ежегодно ППС принимают участие в культурно-массовых и спортивно-оздоровительных мероприятиях: день открытых дверей, ярмарка вакансий, школа лекторов, посвящение в студенты и др. Также ППС активно принимают участие в ежегодно проводимых в рамках университета спартакиадах «Бодрость и здоровье» по таким видам спорта как: футбол, волейбол, лыжи, шахматы, теннис и др.

Таблица 22 - SWOT - анализ стандарта «Профессорско-преподавательский состав и эффективность преподавания»

|   |   |
|---|---|
| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)   | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)  |
| Высокий научный потенциал   | Недостаточная академическая мобильность ППС по ОП «Маркетинг»   |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)   | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)   |
| Привлечение зарубежных партнёров к подготовке кадров по ОП специальности «Маркетинг» как в бакалавриате, так и в магистратуре | Уменьшение образовательных грантов по линии подготовки профессорско-преподавательского состава через линию подготовки магистров и докторов PhD. |
| Дальнейшее налаживание партнерских связей с вузами дальнего и ближнего зарубежья  |   |

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 3, удовлетворительные – 7, предполагает улучшение – 2.

Выводы: Из анализа критериев оценки стандарта «Профессорско-преподавательский состав и эффективность преподавания» по ОП специальности «Маркетинг» было выявлено, что ППС специальности постоянно проводится работа по совершенствованию учебно-методического обеспечения образовательного процесса по базовым и профилирующим дисциплинам. Проводится работа по приглашению ведущих преподавателей из других вузов и зарубежных преподавателей, обмен опытом позволил решить профессиональные задачи при подготовке современных, конкурентоспособных специалистов, определены приоритетные направления в исследовательской и научной деятельности.

Квалификация профессорско-преподавательского состава кафедры имеет основополагающее значение для качества предоставляемых образовательных

услуг и обеспечивается систематической оценкой компетентности преподавателей администрацией университета.

Оценка компетентности преподавателей для установления соответствия ППС занимаемой должности проводится путем прохождения всеми штатными сотрудниками и совместителями аттестации, согласно положения об аттестации сотрудников в АО «КАТУ им.С.Сейфуллина» на основании требований Закона РК «Об образовании» и в соответствии с Правилами конкурсного замещения должностей профессорско-преподавательского состава и научных работников высших учебных заведений, утвержденными Постановлением Правительства Республики Казахстан от 17.02.2012г. № 230. Результатом аттестации может быть либо оставление работника на прежней должности, либо рекомендация на повышение, либо расторжение по инициативе работодателя. Подтверждением уровня компетентности преподавателей выступает эффективность и качество преподавания, оцениваемое в Университете путем проведения открытых учебных занятий, взаимопосещений занятий, а также проведение анкетирования «Преподаватель глазами студента». Результаты данных мероприятий служат основой при продлении трудовых договоров ППС, продвижения по службе, участия в ежегодном республиканском конкурсе «Лучший преподаватель вуза» ("Положение о порядке проведения внутреннего этапа отбора преподавателей КАТУ им.С.Сейфуллина для участия в конкурсе «Лучший преподаватель вуза»). На кафедре маркетинг и сервис работают три обладателя государственного гранта «Лучший преподаватель вуза»: профессора Рустембаев Б.Е., Абуов К.К. и доцент Каскатаев Н.М., которые внесли большой вклад в развитие кафедры и реализации образовательных программ по специальности «Маркетинг».

Проведение открытых занятий, осуществление взаимопосещений преподавателями позволяет администрации университета систематически оценивать качество преподавания дисциплин. Все преподаватели специальности ведут занятия с использованием интерактивных методов (слайды, видеофильмы, деловые игры ит.д.). Так в приложении 10 приведен сценарий проведения открытых занятий с использованием ИТК.

На кафедре ведется журнал взаимопосещений. Анализ открытых и рабочих занятий по результатам взаимопосещений показывает, что учебный процесс на кафедре осуществляется на основе интерактивных форм обучения.

Систематическая оценка компетентности преподавателя проводится ежегодно в конце учебного года по рейтингу, также по графику ППС проводит открытые

уроки, где могут присутствовать все желающие преподаватели кафедры и факультета. Помимо этого проводится анкетирование преподавателя глазами студента, где студент оценивает преподавателя по балльной системе.

Информация о деятельности профессорско-преподавательского состава размещена на web-сайте университета в виде персональных страниц. Кроме того, в университете действует автоматизированная система «PLATONUS», через которую осуществляется доступ к информации об успеваемости обучающегося.

Педагогическая нагрузка ППС специальности осуществляется на основе ГОСО РК 5.03.015-2009 «Учебная работа и педагогическая нагрузка. Основные положения». На основе данного стандарта в университете разработано Положение о нормах времени профессорско-преподавательского состава университета на 2014-2015, 2015-2016, 2017-2018 учебные годы:

Учет объема выполненной работы штатных преподавателей, а также оплата труда преподавателей производится из расчета фактически затраченного времени, но не свыше норм, установленных ученым советом университета. Объем педагогической нагрузки составляет 630 часов на учебный год, до 2015-2016 учебного года -800 часов. Средняя педагогическая нагрузка профессорско-преподавательского состава кафедры на 2014-2015 учебный год составляла 800 часов, с 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019 гг средняя педагогическая нагрузка составляет 630 часов.

В 2013-2014 учебном году учебный процесс по специальности «Маркетинг» обслуживали 24 штатных преподавателя, из них 11 – преподаватели с учеными степенями и званиями, процент остепененности составил 45,8%. Укомплектованность профессорско-преподавательского состава штатными преподавателями – 100 %.

В 2014-2015, 2014-2015 учебных годах учебный процесс специальности «Маркетинг», включая студентов всех курсов, обслуживали 24 штатных преподавателя, из них 16 – преподаватели с учеными степенями и званиями, процент остепененности составил 45,8%.

В 2015-2016, 2016-2017 учебных годах учебный процесс ОП «Маркетинг» осуществлялся 23 штатными преподавателями, 10 из которых преподаватели с учеными степенями и званиями, остепененность составила 47,8%.

Кадровый потенциал в текущем 2017-2018 учебном году составляет 21 штатных преподавателя, из них 3 доктора экономических наук, 9 кандидатов и 5 магистров экономических наук. Доля остепененности составляет 50,0%.

Количественный и качественный анализ кадрового потенциала ППС кафедры «Маркетинг и сервис» показывает, что политика по управлению человеческими ресурсами соответствует стратегии развития КАТУ и специфике ОП.

Заведующий кафедрой планирует потребность в персонале и потребность в его подготовке. Планирование потребности в персонале и его использования проводятся путем анализа данных о возможных изменениях деятельности организации, а также на основании заявок на подбор и прием на работу работников от руководителей подразделений, в связи с расширением штатов или перемещением какого-либо специалиста.

В 2017-2018 гг. преподаватели кафедры «Маркетинг и сервис» прошли курсы повышения квалификации: Рустембаев Б.Е. – Китай, Синьзянский государственный университет, 2018 год; Дарипбаева С.Ж. – Белорусский государственный экономический университет; Каскатаев Н.М., Карабасов Р.А., Хапова А.В., Болат А.Д., Мухтарова Ж.Е. - ТЭО и управление проектами г. Алматы. (Приложение 33).

Таблица 23 – Количество ППС, прошедших курсы повышения за 2014-2018 годы

| Учебный год | Количество ППС | Прошедших стажировку | Из них за рубежом | Из них в г. Астана | Из них в других городах страны |
|-------------|----------------|----------------------|-------------------|--------------------|--------------------------------|
| 2014-2015   | 24             | 1                    |                   | 1                  |                                |
| 2015-2016   | 23             | 23                   |                   | 21                 |                                |
| 2016-2017   | 23             | 9                    |                   | 9                  |                                |
| 2017-2018   | 21             | 16                   | 1                 | 11                 | 4                              |



Рисунок 3 - Количество ППС, прошедших курсы повышения за 2014-2018 годы

Руководство университета осуществляет целенаправленную подготовку молодых преподавателей на основе целевых грантов, выделяемых на обучение в магистратуре и докторантуре, а также стажировок в странах ближнего и дальнего зарубежья. Стажировку по программе Государственной программы «Болашак» прошла Карыбекова К.Е., Саметова Р.М. в г.Монтре (Швейцария).(Приложение 34)

Результаты научных исследований преподавателей находят отражение в научных статьях, выступлениях на конференциях различного уровня, таблица 23.

Таблица 24 – Результаты НИР ППС ОП «Маркетинг» за последние 5 лет

| Виды публикации   | 2013-2014гг | 2014-2015гг | 2015-2016гг | 2016-2017гг | 2017-2018гг |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| В международных научных изданиях, TomsonReuters, Scopus | 3           | 3           | 3           | 4           | 4           |
| Высокорейтинговые журналы (РИНЦ и др.)                  | 4           | 2           | 2           | 4           | 24          |
| Журналы, реком. ККСОН                                   | 4           | 2           | 2           | 4           | 18          |
| Журналы ближнего и дальнего зарубежья                   | 8           | 4           | 4           | 14          | 12          |
| Международные конференции                               | 7           | 3           | 7           | 15          | 12          |
| Монографии  | -           | -           | -           | -           | 2           |
| Учебные пособия   | 1           | 1           | 2           | 3           | 5           |
| <b>Итого</b>  | <b>27</b>   | <b>15</b>   | <b>20</b>   | <b>43</b>   | <b>83</b>   |

Механизмы стимулирования профессионального и личного развития ППС отражены в Коллективном договоре, и в Положение об оплате труда работников АО «КАТУ им. С.Сейфуллина» и Положение о порядке награждения почетной грамотой и благодарственным письмом университета. Вышеприведенные документы гарантируют социальную защиту сотрудников АО «КАТУ им. С.Сейфуллина».

В 2015-2017 гг. выполнялся научный проект в рамках грантового финансирования МОН РК на тему «Обоснование эффективных логистических систем для развития продовольственных поясов городов Северного Казахстана», научный руководитель, д.э.н., профессор Б.Е. Рустембаев.

В рамках проекта «Постприватизационная поддержка сельскохозяйственного производства» (ППСХ 2) по линии Всемирного банка и Министерства сельского хозяйства РК Каскатаев Н.М. участвует национальным консультантом по реализации данного проекта по регионам Казахстана.

Под руководством профессора Рустембаева Б.Е. велась работа по программе 007 «Прикладные научные исследования в области стандартизации с РГП «Казахстанский институт стандартизации и сертификации» на тему: «Исследования



по вопросам повышения эффективности системы управления субъектами агрокомплекса на основе выполнения принципов экономического менеджмента».

С 2015 по 2017 гг. к.э.н., и.о. ассоц. профессора Карабасов Р.А. был исполнителем в проекте «Разработка рекомендаций по созданию условий, необходимых для привлечения высококвалифицированных специалистов в сельское хозяйство Казахстана (на материалах Акмолинской области)», а также в 2017 году работал в совместном проекте ПРООН Казахстана и Правительством РК на тему «Устойчивое развитие аквакультуры и современные направления в рыбном хозяйстве».

Профессор Рустембаев Б.Е. за активную общественную и научную работу награжден знаком ЦК ВЛКСМ «Золотой колос», Почетными грамотами ЦК ВЛКСМ, ЦК ЛКСМ Казахстана, Тургайского, Талды-Курганского, Алматинского обкомов комсомола, Алматинского горкома, Фрунзенского райкома комсомола. Грамотами партийных и советских органов, министерств и ведомств Республики Казахстан, университетов. Почетной грамотой Республиканской политической партии «Нур Отан», памятной медалью «100 лет академика Бараева А.И.»

За достигнутые успехи в области науки Республики Казахстан награжден нагрудным знаком «ЗА ЗАСЛУГИ В РАЗВИТИИ НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН» МОН РК, в 2011 году стал обладателем Государственного гранта «Лучший преподаватель Вуза».

Имеет Почетное звание «Заслуженный деятель науки и образования РАЕ» (03.06.2013г.). Награжден орденом «LABOREETSCIENTIA»(Трудом и знанием) (04.06.2013г.). Награжден нагрудным знаком «Почетный работник образования Республики Казахстан» (2016 г.), является «Почетным гражданином Жуалинского района Жамбылской области» (2016 г.).

Профессор Абуов К.К. имеет следующие награды и почетные звания:

1. «Отличник образования РК» – 1997 г.
2. «За вклад в развитие науки в Казахстане», 2006 г.
3. «Заслуженный работник образования РК», 2008 г.
4. Почетная грамота Парламента РК, Министерства сельского хозяйства РК, 2010 г.
5. Лучший преподаватель вуза 2012 года, 2013 г.

Доцент Каскатаев Н.М. имеет следующие награды:

Свидетельство - обладатель государственного гранта «Лучший преподаватель вуза» 2007 год.

- «Самая лучшая презентация» PRO 100-Genius
- Құрмет грамотасы –С.Сейфуллина атындағы қазақ агротехникалық университетінің 55 жылдығына орай, 2012 жыл
- Грамота – за научно-обоснованный доклад и активное участие в международной конференции, 2013 год.
- Құрмет грамотасы – Қазақстан Республикасы Ауыл шаруалышығы министрлігі, 2017 жыл.

Повышение квалификации и научные стажировки ППС соответствуют целям ОП и оказывают существенное влияние на ее развитие путем внедрения полученной передовой методики и практики при проведении занятий, а также улучшения языковых навыков при ведении занятий в полиязычной группе специальности магистратуры и докторантуры.

Для повышения качества преподавания, обеспечения тесной взаимосвязи с производством в университет приглашаются в качестве преподавателей практики, доктора и кандидаты наук, специалисты соответствующих отраслей.

На кафедре постоянно проводится работа по совершенствованию учебно-методического обеспечения образовательного процесса по базовым и профилирующим дисциплинам. Проводится работа по приглашению ведущих преподавателей из других вузов и зарубежных преподавателей, обмен опытом позволяет решать профессиональные задачи при подготовке современных, конкурентоспособных специалистов, определить приоритетные направления в исследовательской и научной деятельности.

Важным фактором является гармонизация содержания ОП с образовательными программами ведущих казахстанских и зарубежных вузов.

Для проведения семинаров, мастер-классов привлечены к работе на кафедре преподаватели и ученые из других стран.

ППС кафедры участвуют в различных международных семинарах, научных конференциях.

Преподаватели кафедры пользуются информационным обеспечением международной образовательной сети EdNet.

Для совершенствования образовательной программы в университете имеются договора о взаимном сотрудничестве с другими казахстанскими и зарубежными вузами. Это такие университеты как Кыргызский Государственный аграрный университет, Азербайджанский Государственный аграрный университет, Новосибирский государственный аграрный университет и др.. Заключаются

договора о совместных образовательных программах, что позволяет организовывать академическую мобильность обучающихся. Для обмена опытом и чтения лекций в магистратуре и по бакалавриату на кафедру приезжал доктор Phd, профессор Ассоциации Логистики ВНР Р.Лакатош.

## **9 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ СТУДЕНТОВ**

КАТУ им.С.Сейфуллина располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практической подготовки и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных ОП. Для достижения целей ОП в университете сформирована среда обучения студентов, магистрантов и докторантов, которая обеспечивается согласно стандарту Управление материально-техническим обеспечением.

Студенты специальности имеют свободный доступ к информации по читаемым дисциплинам. В личном кабинете студента имеется учебный план, по которому проводится обучение. На кафедре студентам выдается КЭД, в котором дается краткое описание дисциплин компонента по выбору. При возникновении у обучающихся вопросов, они в любое время могут обратиться к эдвайзеру группы, который даст подробное разъяснение.

Руководителями процесса управления материально-техническим снабжением являются Заместитель председателя правления по финансовым вопросам и развитию инфраструктуры Сыдыков А.Ш., Вице-заместитель Председателя Правления по финансовым вопросам и развитию инфраструктуры - главный инженер Витвицкий В.В. Планирование материально-технического снабжения начинается со сбора заявок со всех подразделений университета, в срок до 1 ноября. Рассмотрение заявок подразделений производится на ректорате университета, окончательный перечень и объемы приобретения необходимых материальных ценностей согласовывается с руководителями подразделений. Планово-экономический отдел формирует план государственных закупок и рассчитывает финансовые средства на их приобретение. После согласования со всеми подразделениями комплектуется общеуниверситетская потребность в материально-техническом обеспечении университета, составляется план государственных закупок, который утверждается председателем Правления КАТУ им. С.Сейфуллина.

Анализ материально-технического снабжения осуществляется ежеквартально (при необходимости – ежемесячно) и по итогам года, путем сопоставления фактических данных с планом государственных закупок. Данные анализа предоставляются заместителю председателя Правления по развитию инфраструктуры. Два раза в год сдается (за полугодие и год) отчет в Министерство финансов в комитет по государственным закупкам.

На заседании кафедры в конце учебного года проводится анализ имеющихся в распоряжении ОП ресурсов (аудиторий, лабораторий, компьютеров, необходимого оборудования, учебных материалов) и на основе проведенного анализа составляется

план издания УМЛ, подаются заявки на государственные закупки, планируется набор студентов на первый курс.

Кафедра маркетинга и сервиса располагает учебно-материальной базой, обеспечивающей подготовку специалистов в соответствии с требованиями государственных общеобязательных стандартов, включающей в себя 10 учебных аудиторий, в том числе 5 компьютерных класса. Аудитории и другие учебно-лабораторные помещения оснащены соответствующей мебелью, необходимым хозяйственным инвентарем.

В Казахском агротехническом университете им. С.Сейфуллина созданы и функционируют службы социальной поддержки студентов: органы студенческого самоуправления (студенческий парламент, КДМ, АСК, студенческий совет), школа кураторов, медицинский пункт и медицинский центр, спортивные и культурно-оздоровительные базы, пункты студенческого сервиса.

Медицинский пункт оказывает студентам первую врачебную помощь при внезапных заболеваниях, травмах и острых отравлениях; направляет больных к врачам-специалистам городской поликлиники, оказывающим помощь студентам; производит анализ заболеваемости, в том числе длительно и часто болеющих студентов. Совместно с администрацией университета и СЭС организывает и проводит ежегодные профилактические медицинские осмотры студентов; проводит санитарно-просветительскую работу среди студентов по пропаганде здорового образа жизни; совместно с общественными организациями организывает работу по вовлечению студентов в ряды доноров.

Медицинский центр проводит комплекс лечебно-профилактических мероприятий, направленных на укрепление здоровья студентов; занимается оформлением уголков здоровья в общежитиях и учебных корпусах; организывает и проводит санитарно-просветительскую работу (лекции, беседы) среди студентов; организывает и проводит беседы со студентами, заселяющимися в общежития всех факультетов (гигиена жилища).

На сайте абитуриенты могут найти информацию о профессиональной деятельности выпускников всех специальностей университета, что дает помощь при профессиональном ориентировании. Дополнительную информацию можно получить в приемной комиссии.

Для реализации ОП кафедра обеспечена всеми необходимыми техническими средствами обучения (таблица 24,25).

Таблица 25 – Анализ обеспеченности ОП техническими средствами обучения за 3 года

| № | Название оборудования   | Количество |      |      |
|---|-------------------------|------------|------|------|
|   |                         | 2016       | 2017 | 2018 |
| 1 | ПК                      | 45         | 68   | 78   |
| 2 | Ноутбук                 | 1          | 1    | 2    |
| 3 | Мультимедийный проектор | 1          | 2    | 2    |
| 4 | Интерактивный проектор  | -          | 3    | 3    |

В учебных аудиториях размещены проекторы. Создана локальная сеть. Компьютерные классы обеспечены выходом в Интернет и локальную сеть университета. Имеется открытые WI-FI зоны.

Таблица 26 – Обеспеченность ОП техническими средствами обучения

| № аудиторий | Оснащение |                |
|-------------|-----------|----------------|
|             | компьютер | Видео-проектор |
| 706a        |           | +              |
| 403         | +         | -              |
| 406         | +         | -              |
| 406a        | +         | -              |
| 408         | +         | -              |
| 403a        | +         | -              |
| 401         | -         | +              |

Все учебные аудитории паспортизированы, обеспечены средствами тушения пожара. Для студентов и персонала проводятся первичный и повторный инструктаж по технике безопасности при работе в компьютерных классах, прохождение инструктажа фиксируется в специальном журнале. В компьютерных классах регулярно проводится контроль состояния коммуникаций и оборудования. Все помещения аудиторий имеют естественное и искусственное освещение.

Выполняемые магистрантами специальности диссертации проверяются на плагиат. По результатам проведенной экспертизы, выдается документ, копия которого хранится на кафедре.

В учебных корпусах и студенческих общежитиях функционирует бесплатный Wi-Fi.

Выводы: Таким образом, в рамках стандарта «Ресурсы доступные ОП», для обеспечения ОП по специальности «Маркетинг» в университете функционируют службы сервиса, работающие на удовлетворение образовательных, личных и

карьерных потребностей студентов: общежитие, столовые, медицинский центр, спортивные залы, компьютерные центры, библиотеки и т.д.

Материально-технические, библиотечные и информационные ресурсы, используемые для организации процесса обучения, являются достаточными и соответствуют требованиям реализуемой образовательной программы, гармонизированных с международными. Наличие фонда учебной, методической и научной литературы по общеобразовательным, базовым и профилирующим дисциплинам общеобязательного цикла и по профессиональным программам на бумажных и электронных носителях на русском языке (таблица 26):

Таблица 27 - Наличие фонда учебной, методической и научной литературы по ОП «Маркетинг»

|   | Всего     |
|---|-----------|
| Фонд библиотеки, используемый в учебном процессе (экз.), действующий фонд | 1 101 412 |
| Учебная литература, экз.  | 641 668   |
| Научная литература, экз.  | 269 806   |
| Учебно-методическая, экз.   | 189 938   |
| Из них на электронных носителях, экз.                                     | 1 942     |
| Учебная литература, экз.:   | 641 668   |
| Общеобразовательные   | 110 356   |
| Базовые   | 143 021   |
| Профилирующие   | 388 291   |
| Учебно-методическая литература, экз.:                                     | 189 938   |
| Общеобразовательные   | 51 592    |
| Базовые   | 55 342    |
| Профилирующие   | 83 004    |
| Научная литература, экз.:   | 269 806   |
| Общеобразовательные   | 77 459    |
| Базовые   | 80 484    |
| Профилирующие   | 111 863   |
| Из них электронные носители, экз.:  | 1 942     |
| Общеобразовательные   | 295       |
| Базовые   | 613       |
| Профилирующие   | 1034      |

На кафедре имеется электронная база стандартов РК, которая доступна ППС и студентам кафедры.

Таблица 28 - Список электронных учебников, изданных ППС кафедры за 2015-2018 годы

| №                     | Название учебника  | Дисциплина  | Соавтор   |
|-----------------------|--|---|---|
| 2015-2016 учебный год |  |   |   |
| 1                     | Методические указания по прохождению производственной (преддипломной) практики     | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 2                     | УМКД «Методика экономических исследований»   | для магистрантов специальности 6М051100-Маркетинг | Рустембаев Б.Е.,<br>Каскатаев Н.М.,<br>Мухтарова Ж.Е. |
| 3                     | Методические указания к лабораторным работам по дисциплине «Финансовая математика» | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Таурбаев Ж.Р.,<br>Дарипбаева С.Ж.                     |
| 2016-2017 учебный год |  |   |   |
| 4                     | УМКД «Маркетинговые исследования»  | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Рустембаев Б.Е.,<br>Каскатаев Н.М.,<br>Мухтарова Ж.Е. |
| 5                     | Практикум<br>Этика бизнеса   | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 6                     | УМКД<br>«Сервис в торговле»  | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 7                     | УМКД<br>«Рекламная деятельность на предприятии»                                    | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 8                     | УМКД<br>Промышленный маркетинг   | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 9                     | «Биометрия»<br>Учебное пособие   | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Таурбаев Ж.Р.,<br>Муталляпова Ш.Е.                    |
| 2017-2018 учебный год |  |   |   |
| 10                    | Практикум<br>Профессиональный (казахский) русский язык                             | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 11                    | Методические указания к прохождению производственной практики                      | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 12                    | Методические рекомендации по подготовке видеолекций                                | для преподавателей                                | Ж.Р. Таурбаев<br>П.А Дунаев,                          |
| 2018-2019 учебный год |  |   |   |
| 13                    | УМКД<br>Маркетинг коммуникаций   | Для студентов специальности 5В051100 «Маркетинг»  | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |
| 14                    | УМКД<br>Технологии связей с  | Для студентов специальности 5В051100              | Карабасов Р.А.<br>Хапова А.В.                         |



|    |   |  |   |
|----|---|--|---|
|    | общественностью   | «Маркетинг»  |   |
| 15 | УМКД<br>Брэдинг   | Для студентов<br>специальности 5В051100<br>«Маркетинг»   | Хапова А.В.   |
| 16 | Методические указания для<br>написания контрольных<br>работ по дисциплине<br>«Брэдинг»  | для студентов заочного<br>отделения                      | Хапова А.В.   |
| 17 | Обоснование<br>методологических<br>подходов развития<br>логистических систем при<br>обеспечении роста<br>конкурентоспособности<br>АПК, Монография | для магистрантов<br>специальности 6М051100-<br>Маркетинг | Рустембаев Б.Е.,<br>Каскатаев Н.М.,<br>Мухтарова Ж.Е. |
| 18 | Маркетинг предприятий в<br>сельском хозяйстве,<br>Учебное пособие   | для магистрантов<br>специальности 6М051100-<br>Маркетинг | Рустембаев Б.Е.,<br>Каскатаев Н.М.,<br>Мухтарова Ж.Е. |
| 19 | Project expert” жүйесінде<br>жобаларды талдау<br>Уч.пос.  | Для студентов<br>специальности 5В051100<br>«Маркетинг»   | Таурбаев Ж.Р.   |

Всего издано 19 электронных учебников, из них: УМКД – 8, учебные пособие – 3, методические указания – 5, практикум – 2, монография – 1.

Кадровый состав кафедры для специальности «Маркетинг» способствуют успешному функционированию образовательной программы в соответствии с национальными приоритетами развития и стратегии вуза.

Учебный процесс на кафедре осуществляется на основе инновационных технологий обучения (деловые игры, виртуальные столы, компьютерные программы), информатизации и компьютеризации всего процесса обучения, применения новых концепций в сфере образования и науки, совершенствования традиционных методов преподавания, создания и постоянного пополнения фонда электронных обучающих средств. ППС кафедры проводит 85 % занятий с использованием технических средств обучения.

За отчетный период преподавателями, обслуживающими специальность, разработано в соответствии с «О подготовки, экспертизе и издании учебно-методической литературы в КАТУ им. С. Сейфуллина» Так, за 2014-2018 гг. сотрудниками кафедры разработано и опубликовано 136 научных и учебных изданий, в том числе 1 монографии, 1 учебник, 26 учебных (методических) пособий, электронных учебников, обучающих программ. Для студентов, обучающихся по программе полиязычного образования, были разработаны УМК на

английском языке по дисциплинам "Маркетинг", "Качество и конкурентоспособность". Все издаваемые материалы проходят определенные стадии рассмотрения и внутренней экспертизы в соответствии с стандартом организации О подготовке, экспертизе и издании учебно-методической литературы в КАТУ им. С.Сейфуллина.

Ученые кафедры – Рустембаев Б.Е., Каскатаев Н.М., Абуов К.К. дают рецензии на научные отчеты, рекомендации, диссертационные работы коллег из ближнего зарубежья.

Регулярно проводится экспертиза результатов НИР проектов государственными и зарубежными учеными (годовые промежуточные и заключительные отчеты, монографии), выпускных дипломных работ, магистерских и докторских диссертаций на плагиат.

Для успешного включения ученых и специалистов, обучающихся кафедры в международное научное сообщество активно используется любая важная информация о международных мероприятиях. Они осуществляются в соответствии с Правилами электронной рассылки о международных программах для ППС и обучающихся КАТУ им. С.Сейфуллина. Также, на кафедре в электронном виде в хранилище электронного документооборота имеются все должностные инструкции, необходимые для руководства ОП, с которыми может ознакомиться любое заинтересованное лицо.

В университете функционирует читальный зал на 350 посадочных мест, абонемент, зал электронных ресурсов на 45 компьютеров, подключенных к Интернет-сети. За отчетный период был обеспечен бесплатный доступ обучающихся и преподавателей к национальным и зарубежным базам данных.

Данные преподаватели, используя свой практический опыт работы, внедряют их в учебный процесс в виде деловых игр, ситуационных задач, тем самым улучшается усвояемость программы и развиваются навыки будущего маркетолога.

Учебная площадь, используемая в процессе обучения бакалавров, магистрантов, PhD докторантов специальности, полностью соответствует санитарным и противопожарным нормам, нормативным показателям, установленным ГОСО РК 5.03.009-2006 «Учебно-материальные активы высших учебных заведений».

Заключения СЭС и пожарной службы имеются.

К началу 2017-2018 учебного года. Во всех общежитиях проведен текущий ремонт, обеспечены условия для творческого и разностороннего развития

обучающихся; завершено строительство и введено в эксплуатацию студенческое общежитие на 800 мест. Обеспечение студентов общежитием достигло 85%. Полностью завершена организация системы охраны университета, созданы 9 постов охраны, установлены 18 турникетов и 520 камер видеонаблюдения.

Педагогическая нагрузка ППС специальности осуществляется на основе ГОСО РК 5.03.015-2009 «Учебная работа и педагогическая нагрузка. Основные положения». На основе данного стандарта в университете разработано Положение о нормах времени профессорско-преподавательского состава университета на 2014-2015, 2015-2016, 2017-2018 учебные годы. ОП специальности «Маркетинг» позволяет учитывать потребности различных групп обучающихся в разрезе ОП (взрослых, работающих, иностранных обучающихся, а также обучающихся с ограниченными возможностями).

Учебный процесс заочного высшего образования реализуется в вузе по *сокращенным* образовательным программам с ускоренным сроком обучения. Срок обучения в среднем составляет 2,5-3 года, в отличие от стандартной очной формы бакалавриата продолжительностью 4 года.

Таким образом, образовательные ресурсы и системы поддержки студентов для подготовки специалистов по кафедре «Маркетинг и сервис» вполне соответствуют международным стандартам создают возможность подготовки квалифицированных выпускников.

Таблица 27 - SWOT-анализ по разделу «Образовательные ресурсы и системы поддержки студентов»

| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)                                      | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы) |
|--|--|
| Высокий уровень обеспечения информационными ресурсами  |  |
| Наличие обширной научной библиотеки, обеспечивающей потребности преподавателей, обучающихся, ученых университета |  |
| Доступность ресурсов научной библиотеки, специализированных кабинетов, объектов социальной сферы университета    |  |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)                            | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)              |
| Совершенствование библиотечной и информационно-коммуникационной системы университета, интегрированной в мировое  |  |

|  |  |
|--|--|
| информационное пространство  |  |
| Развитие системы планирования развития ресурсной базы университета |  |

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет удовлетворительные – 6, предполагает улучшение – 3.

## 10 ИНФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Для информирования общественности об образовательной программе 5B051100- Маркетинг и об ожидаемых результатах обучения университет использует официальный сайт. Официальный сайт университета расположен по адресу [www.kazatu.kz](http://www.kazatu.kz). имеет три версии на казахском, русском, английском языках. Здесь можно получить информацию об истории университета, миссии, посмотреть Стратегический план развития университета, Политику в области качества, науку, жизнь университета, информацию для абитуриента, информацию о коллегиальных органах, структурных подразделениях и факультетах, преподавателях, университетских конкурсах, международных проектах, программах академической мобильности, информацию фермеру. Кроме официального сайта университет для информирования общественности публикует статьи в периодических изданиях, распространяет буклеты и информационные материалы, организует презентации в крупных предприятиях Акмолинской и Костанайской областей. Также ежегодно составляется план профориентационной работы кафедры, университета и широко используются социальные сети КАТУ им.С.Сейфуллина. Информация об используемых процедурах преподавания, критериях оценки, а также процент успеваемости обучающихся находится в свободном доступе. Материалы о выпускниках и возможностях их трудоустройства размещаются на сайте университета, а также отслеживаются при поддержке Ассоциации выпускников КАТУ им.С.Сейфуллина и Центром карьеры. Разработанные проекты ОП помещаются на сайте университета для информированности всех заинтересованных лиц. Кроме того, краткая информация об ОП размещается в профориентационных листках, на стендах кафедры, в профориентационных статьях ведущих преподавателей, в средствах массовой информации.

Для информирования общественности о деятельности КазАТУ им. С. Сейфуллина, условиях и особенностях реализации ОП 5B051100 «Маркетинг», 6M051100 «Маркетинг», 6D051100 «Маркетинг» используются соответствующие ссылки на официальном сайте университета. Этот механизм позволяет руководству ОП продемонстрировать прозрачность, доступность, открытость и вовлеченность всех заинтересованных лиц в реализацию ОП.

На рисунках \_\_ показан доступ к информации для обучающихся, родителей, ППС, работодателей и других заинтересованных лиц по реализуемым программам:

- 5B051100 «Маркетинг»;

- 6M051100 «Маркетинг»;
- 6D051100 «Маркетинг».

На сайте университета пресс-центр размещает актуальную, свежую информацию о предстоящих мероприятиях, конференциях и других событиях, проводимых Казахским агротехническим университетом им. Сакена Сейфуллина.

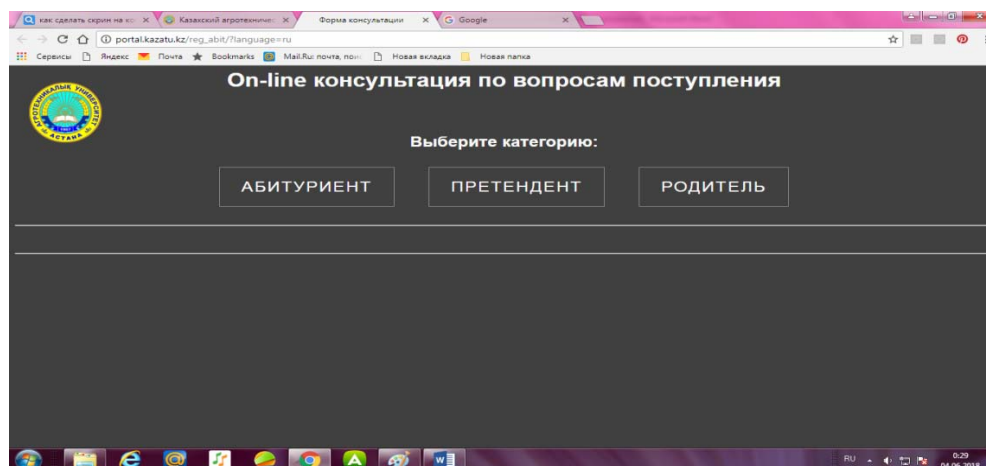


Рисунок 4. Доступность информации о реализуемых ОП для заинтересованных лиц

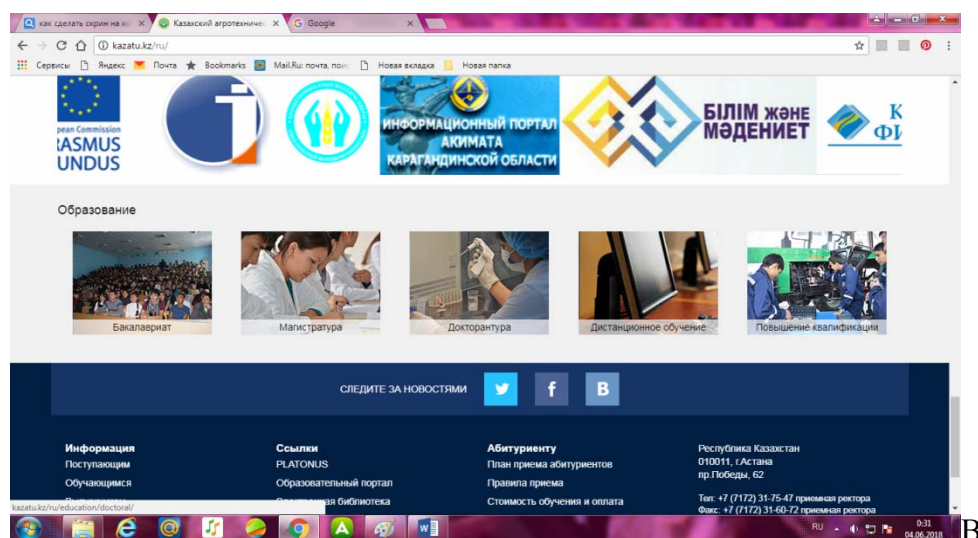


Рисунок 5. Доступность информации о реализуемых ОП по всем уровням обучения

Самые интересные мероприятия освещаются на страницах университетского издания. В университете 45 лет выходит газета «Менің университетім». В издании выделяются полосы студенческим достижениям в науке, учебе, спорте. «Менің университетім» старается всесторонне освещать жизнь вуза, не забывая, что именно здесь, в университете, создается интеллектуальный потенциал общества.

Университетскую газету создают работники пресс-центра: корректоры, дизайнеры, верстальщики и, конечно, наши внештатные корреспонденты: студенты, преподаватели и сотрудники.

На сайте имеется полная и доступная информация для обучающихся. Так в разделе «Учебный процесс» можно ознакомиться со Справочником-путеводителем для студентов и магистрантов, с информацией о практике и трудоустройстве, иметь постоянный доступ к Каталогу элективных дисциплин, силлабусам, академическому календарю и расписанию занятий. Комитет по делам молодежи имеет свой отдельный раздел, где размещает регулярно обновляемую информацию о своей деятельности. Также на сайте свой раздел имеет и научная библиотека, с размещением интернет-ресурсов, обучающиеся в этом разделе могут ознакомиться с правилами посещения самой библиотеки. В разделе «Международное сотрудничество» представлена полная информация о деятельности ВУЗа в данной области.

В частности, в разделе «Аккредитация» можно найти подробную информацию о прошедших процедурах внешней оценки вуза. В Казахском агротехническом университете им.С.Сейфуллина в феврале 2014 года Независимым агентством аккредитации и рейтинга (НААР) проведена процедура институциональной и специализированной аккредитации. В мае текущего года на аккредитационном совете органа по аккредитации университету присуждены сертификаты по институциональной аккредитации и 18 образовательных программ сроком на 5 лет. На сайте имеются подтверждающие сертификаты о прохождении институциональной аккредитации ([http://kazatu.kz/assets/i/img/ser\\_market\\_mag.jpg](http://kazatu.kz/assets/i/img/ser_market_mag.jpg)).

На портале размещены блог ректора, обеспечивающие связь, как со студентами, так и с ППС. Имеется каталог УММ и электронных документов. Предоставлена полная информация об учебных достижениях каждого студента. Функционируют подсистемы межсессионного тестирования и анкетирования студентов, система дистанционного обучения, электронная почта между подразделениями вуза, доска объявлений и др.

В рамках ОП реализуются программа для подготовки бакалавров: 5B051100-Маркетинг, которая включает 129 кредитов;

Магистерская ОП "Маркетинг" (1 год обучения) по специальности 6M051100 – Маркетинг спроектирована на основе модульной системы изучения дисциплин и содержит 6 модулей, формирующих общекультурные, специальные языковые и профессиональные компетенции.

## Образовательная программа для магистрантов

" Маркетинг" (2 года обучения) сформирована на основе модульной системы изучения дисциплин и содержит 8 модулей, формирующих общекультурные, специальные языковые и профессиональные компетенции.

Образовательная программа 6D051100 - «Маркетинг» и согласована с Дублинскими дескрипторами и Европейской рамкой квалификаций и состоит из 2 модулей, формирующих обязательные и профессиональные компетенции.

Полная объективная информация на веб-ресурсе представлена о специфике ОП 5B051100 – Маркетинг, в том числе персональные страницы ППС; блог ректора; информация о взаимодействии с партнерами (научными организациями, реализующими подобную ОП и работодателями) и др. Работа по ведению блога ректора осуществляется согласно нормативного документа ПВБПП СМК 11010.109-2015 «Положение о ведении блога председателя Правления КАТУ» им.С.Сейфуллина.

После успешного завершения учебного плана, сдачи государственной аттестации, защиты дипломного проекта или дипломной работы по специальности 5B051100 Маркетинг выпускнику присваивается квалификация бакалавра экономики и бизнеса наук по специальности 5B051100 «Маркетинг». Информация размещается на образовательном портале университета.

Для информирования всех заинтересованных сторон на сайте университета размещается утвержденный план развития ОП, проекты рабочих планов дисциплин, академические календари и перечни элективных дисциплин (рисунок 6). В библиотеке доступны каталоги элективных дисциплин. Для студентов на портале размещены следующие информационные окна: расписание звонков, к сессии, перечень электронных ресурсов, академический рейтинг. Вся информация доступна.

Прозрачность оценивания осуществляется с помощью электронного журнала PLATONUS. В вузе создана информационная среда обучения «Платонус», в которую входит технологическая поддержка студентов.

На сайте университета пресс-центр размещает актуальную, свежую информацию о предстоящих конференциях, праздниках и других событиях и мероприятиях. Для доступа к беспроводному Интернету необходимо: - в настройках браузера включить 10.0.0.1 и порт 3128; электронный адрес – [kazatu1957@mail.ru](mailto:kazatu1957@mail.ru)

Информационный продукт, ориентированный на формирование набора включает комплекс мер по организации профферентационной деятельности и ее



информационному обеспечению: размещение информационной доски в закрепленных школах Акмолинской области и в школах г.Астана.

Кафедра маркетинга

История кафедры  
Специальность «Маркетинг»  
Профессорско-преподавательский состав  
Международное сотрудничество  
Студенческая жизнь  
Информация по предметным олимпиадам по кафедре маркетинга  
Контакты

Сертификат об аккредитации образовательной программы 5В051100 Маркетинг  
Сертификат об аккредитации образовательной программы 6М051100 Маркетинг  
Специфика образовательной программы специальности 6D051100 – «Маркетинг»  
План развития образовательной программы специальности «Маркетинг»  
Каталог элективных дисциплин специальность 5В051100 "Маркетинг"  
Каталог элективных дисциплин специальность "Маркетинг"  
Модульная образовательная программа "Маркетинг промышленных предприятий"  
Модульная образовательная программа "Маркетинг в отраслях"  
Модульная образовательная программа "Маркетинг промышленных предприятий"  
Модульная образовательная программа "Маркетинг в отраслях"  
Модульная образовательная программа "Маркетинг в народном хозяйстве"

**Внешние публикации о реализации образовательной программы**

**Образование**

Бакалавриат  
Магистратура  
Докторантура  
Дистанционное обучение  
Повышение квалификации

СЛЕДИТЕ ЗА НОВОСТЯМИ

Пуск RU 18:56

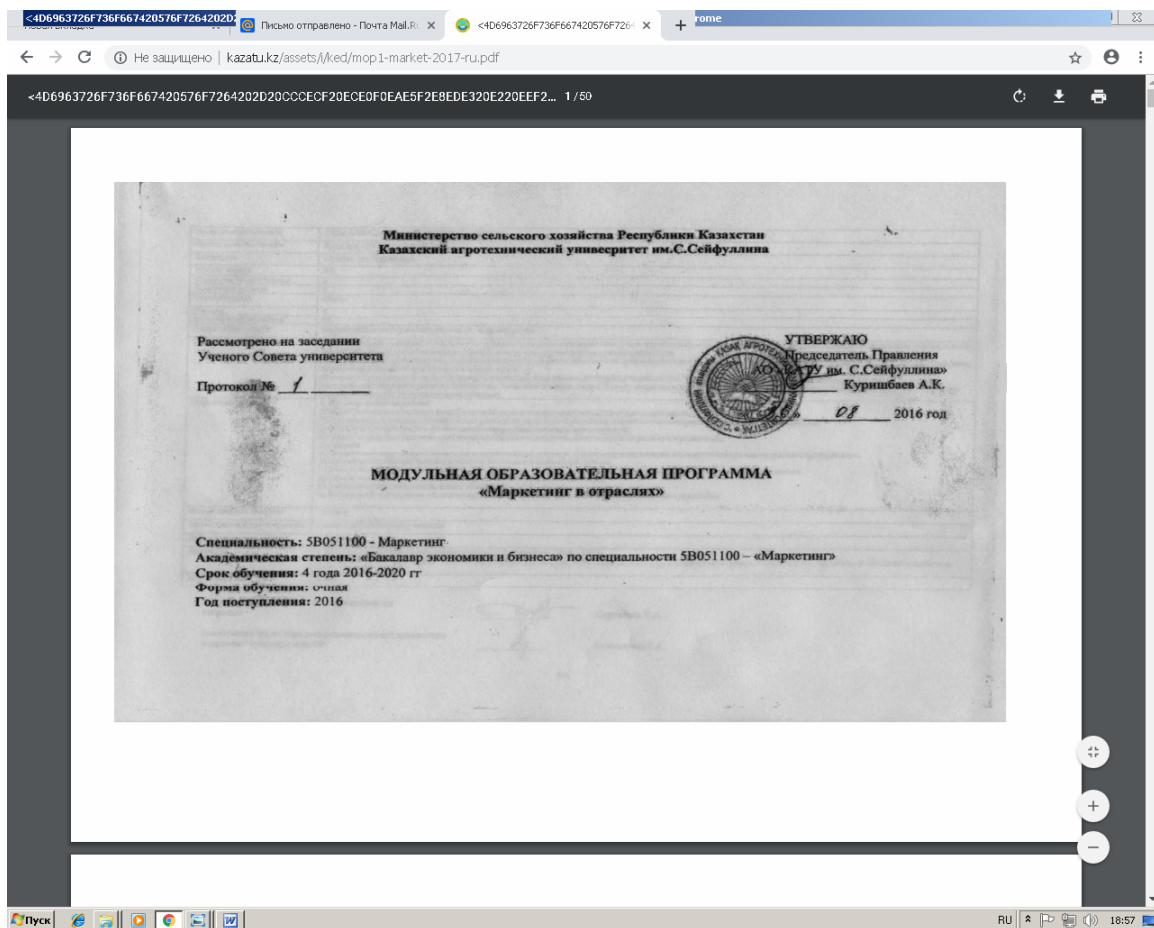


Рисунок 6. Сведения о ОП по Маркетингу

В числе имиджевых действий, направленных на формирование позитивного общественного мнения и репутации вуза и ППС кафедры:

- участие ППС кафедры «Маркетинг» в качестве жюри в работе Республиканской конференции Сейфуллинские Чтения -14;
- культурно-массовые мероприятия, спортивные мероприятия и достижения вуза, научная и международная деятельность и их освещение в СМИ и т.д.

Повышение квалификации, переподготовка, стажировка ППС и сотрудников кафедры (удостоверения, сертификаты, отчеты и др.);

- Формирование государственно-общественной системы управления образованием (Планы, материалы по внедрению, материалы разработок, отчет и др.)

Университет представлен в социальных сетях Facebook, Instagram, Одноклассники, Vkontakte, Twitter, You Tube, где анонсируется информация.

Научные публикации ППС обсуждаются на информационных платформах ResearchGate, G-Global.

С целью учета интересов работодателей при разработке образовательной программы в формировании Каталога элективных дисциплин активное участие принимали потенциальные работодатели, руководители баз практики – это такие компании как ТОО «Байтерек-Жайык», в лице управляющего по проектам Тайбасарова Ж.К., директора по маркетингу ТОО «SportMediaCentralAsia» Луцко А.Н., директора сети ресторанов ТОО «Три Принцессы» Исмагулова К., начальника управления информационного обеспечения и развития ИМС АПК АО «КазАгроМаркетинг», руководителя отдела по продажам ТОО «Canam-Group» Сулейменова К.Т.

Вся информация на сайте вуза на казахском, русском и английском языках, для общественности и всех заинтересованных лиц удовлетворяет требованиям, предъявляемые к ней.

В университете выпускается студенческая газета «Менің Унивеситетім», которая традиционно издается с 6 апреля 1967г и отражает студенческую жизнь университета.

На сайте университета приводится финансовая отчетность и аудиторский отчет, а также консолидированная финансовая отчетность университета за 2016 год с аудиторским заключением независимого аудитора. Информация открытая и доступная для каждого пользователя сайта <http://kazatu.kz/>.

В рамках **59 образовательных программ** внедрено трехязычное обучение. В университете имеется социальный сайт, где размещена вся информация о деятельности вуза в целом и отдельно по специальностям. На сайте имеется блог ректора, куда студенты и сотрудники могут написать жалобы и предложения. Кроме этого, в университете внедрена система Platonus, где обучающиеся создают свои индивидуальные учебные планы и могут проследить свои учебные достижения. Кроме этого, в личном кабинете каждого студента имеется анкета, где они могут дать оценку преподавателям, ведущим дисциплины. Доступ к системе свободный по личному паролю каждого. Каждый преподаватель, включая руководителей ВУЗа имеют персональную страницу на сайте университета, где описаны их достижения и контактные данные. Также в системе АИС –Персонал каждый преподаватель заполняет личную информацию, указывает свои достижения, изменения в сфере деятельности, загружает подтверждающую информацию.



Рисунок 7. Сертификаты о прохождении институциональной аккредитации ОП «Маркетинг»

В разделе «Финансовая отчетность» предоставлена отдельная финансовая отчетность, а также консолидированная финансовая отчетность за 2012-2016 гг. (<http://kazatu.kz/ru/ob-universitete/finansovaya-otchetnost/>).

Для заинтересованных лиц ОП «Маркетинг», в частности для обучающихся на сайте университета имеется доступ к информации о ППС ОП в целом, а также в разрезе персоналий.

Пройдясь по ссылке: <http://kazatu.kz/ru/obrazovanie/fakulteti/ekonomicheskii-fakultet/kafedra-marketinga-i-servisa/stranici-pps-kafedri-marketinga-i-servisa/> заинтересованное лицо может просмотреть информацию о каждом ППС кафедры, реализующую ОП «Маркетинг», в соответствии с рисунком 8.

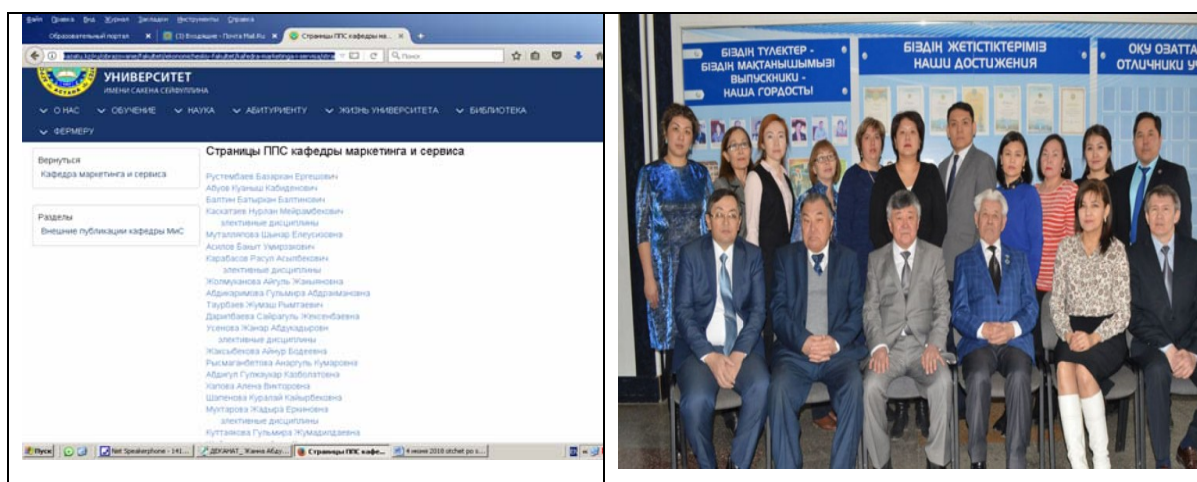


Рисунок 8. Доступность информации о ППС ОП в разрезе персоналий.

В целом, университет демонстрирует доступность и наличие объективной и адекватной информации о реализации аккредитуемой ОП для общественности.

Организация образовательной деятельности по образовательным программам 5B051100-«Маркетинг», 6M051100-«Маркетинг», 6D051100-«Маркетинг» осуществляется в соответствии с требованиями подготовки высококвалифицированных кадров в области организации маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов на основе нормативно-правовых актов Министерства образования и науки Республики Казахстан.

Таблица 28-SWOT-анализ по разделу «Информирование общественности»

| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)  | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)   |
|--|--|
| Высокий уровень обеспечения информационными ресурсами  | Ощущается определенная недостаточность современного оборудования (не все аудитории снабжены интерактивными досками). |
| Наличие обширной научной библиотеки, обеспечивающей потребности преподавателей, обучающихся, ученых университета   |  |
| Доступность ресурсов научной библиотеки, специализированных кабинетов, объектов социальной сферы университета  |  |
| Руководство ОП систематически информирует широкую общественность об ОП посредством <a href="http://www.kazatu.kz">www.kazatu.kz</a> , профориентационных работ, публикацией в республиканских, областных и городских СМИ и соц.сетях, участия в телевизионных программах и др. |  |
| O (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)  | T (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)  |
| Совершенствование библиотечной и информационно-коммуникационной системы университета, интегрированной в мировое информационное пространство  | Снижение уровня информированности обучающихся, родителей, работодателей и других заинтересованных лиц по ОП          |

Специализированный профиль ОП 5B051100/6M051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет сильные позиции - 5, удовлетворительные – 7, предполагает улучшение – 1.

## 11 СТАНДАРТ В РАЗРЕЗЕ ОТДЕЛЬНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Организация образовательной деятельности по образовательным программам 5B051100-«Маркетинг», 6M051100-«Маркетинг», 6D051100-«Маркетинг» осуществляется в соответствии с требованиями подготовки высококвалифицированных кадров в области организации маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов на основе нормативно-правовых актов Министерства образования и науки Республики Казахстан.

Содержание подготовки специалистов разных уровней связано со следующими показателями: продолжительность (срок обучения), соотношение теоретической и практической подготовки, соотношения состава и объема содержания общенаучной, общепрофессиональной и специальной подготовки, тип организации учебного процесса.

ОП ориентированы на реализацию компетентного подхода в обучении в соответствии с Дублинскими дескрипторами и направлены на развитие профессиональных и социальных компетенций обучающихся.

План развития и цели ОП по специальности «Маркетинг» разработан в соответствии с национальными приоритетами развития, определенными в стратегии «Казахстан – 2050»: максимальное удовлетворение текущих и перспективных потребностей национальной экономики в специалистах. При составлении плана развития ОП были учтены мнения заинтересованных лиц тех компаний, которые в современных рыночных взаимоотношениях производят товары с широким ассортиментом и постоянно при реализации своей продукции применяют инструментарию маркетингового исследования. С целью учета интересов работодателей при разработке образовательной программы в формировании Каталога элективных дисциплин активное участие принимали потенциальные работодатели, руководители баз практики – это такие компании как ТОО «Байтерек-Жайык», в лице управляющего по проектам Тайбасарова Ж.К., директора по маркетингу ТОО «SportMediaCentralAsia» Луцко А.Н., директора сети ресторанов ТОО «Три Принцессы» Исмагулова К., начальника управления информационного обеспечения и развития ИМС АПК АО «КазАгроМаркетинг», руководителя отдела по продажам ТОО «Samat-Group» Сулейменова К.Т.

Современное состояние подготовки специалистов в рамках ОП «Маркетинг» поддерживается активным использованием информационно-коммуникативных технологий (ИКТ), ежегодным обновлением тематики дипломных, магистерских

работ, а также введением новых элективных дисциплин с учетом рекомендаций работодателей.

В качестве примера о практико-ориентрованности занятий на кафедре «Маркетинг» можно сказать, что занятия проводились на предприятии ТОО «Астана Лайн Сервис» по дисциплине «Маркетинговые исследования». Студенты кафедры «Маркетинг» посетили данное предприятие с целью закрепления не только теоретических знаний, а также повышения практической подготовки знаний в области маркетинговой деятельности. Данные занятия дают студентам возможность конкретно ознакомиться с деятельностью предприятия и иметь представление насколько эффективно предприятие завоевало свои позиции на казахстанском рынке.

На кафедре «Маркетинг» имеется филиал на базе предприятия ТОО «Астана Лайн Сервис», а также партнерами кафедры являются такие предприятия, как: ТОО «M-PROFI», ТОО «Трансавиа», АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», ТОО «Центр бизнес-решений Elim», Корпорация «АПК-Инвест», ТОО ««Есиль Премиум»», ТОО «AkdoganCatering», ТОО «Clobal Build».

Таким образом, оценка эффективности специфики образовательной программы проводится с точки зрения наличия компонентов, формирующих личностное развитие студентов, их творческие способности и специальные компетенции. Данный критерий реализуется посредством внедрения в учебный процесс инновационных технологий обучения и посредством участия студентов в региональных и международных научных конференциях. Актуальным в учебно-методической деятельности ППС по ОП специальности «Маркетинг» является освоение интерактивных методик обучения с использованием мультимедийного оборудования. Практикуется проведение презентаций учебных курсов с применением интерактивных досок, мультимедийных проекторов и др. Внедрение новых систем обучения привело к изменению методических подходов к организации аудиторных и внеаудиторных занятий. Совершенствуются формы проведения лекционных занятий с применением комплекса современных средств обучения, что позволяет повысить интенсивность подачи материала, усилить активность студентов.

Кафедра поддерживает взаимоотношения и с другими ВУЗами. Так для прохождения стажировки магистранты специальности направлялись в ВУЗы Новосибирска, Белоруссии, Омска, Бишкека, Москвы.

Кроме того, трудоустройство наших выпускников обеспечивается также при проведении ежегодных ярмарок вакансий, проводимых непосредственно в КАТУ им.С.Сейфуллина, где процент трудоустройства достигает до 50%.

В целом рассмотренный стандарт по аккредитации специальности «Маркетинг» показали, что деятельность кафедры в соответствии с критериями аккредитации специальности имеет следующие положительные показатели:

- университет имеет четко сформулированную и ясную миссию, реализуемую в соответствии с национальными и региональными приоритетами, отчетливо определяющую предназначение и стратегию его развития;

- миссия, цели и задачи выполняются в рамках определенных приоритетов развития, на что выделяются соответствующие финансовые, кадровые и материальные ресурсы, обеспечивающие реализацию в условиях изменяющейся внешней социально-экономической среды;

- высокая востребованность выпускников вуза;

- возможность подготовки специалистов по государственным грантам;

- качественное предоставление образовательных услуг;

- благоприятная психологическая атмосфера в коллективе и взаимоотношения с магистрантами;

- опыт инновационной деятельности;

- внедрение кредитной технологии обучения и ее совершенствование;

- внедрение в учебный процесс автоматизированной системы «Платон»;

- наличие внутренней системы контроля качества образования, система текущего, промежуточного и итогового контроля знаний, рейтинговая оценка профессионального уровня ППС, анкетирование работодателей;

- наличие материально - технической базы (специализированных аудиторий и интерактивных кабинетов, литературы, компьютерных кабинетов) соответствующей квалификационным требованиям по всем специальностям, готовящимся в университете.

Таблица 29- SWOT-анализ по разделу «Стандарт в разрезе отдельных специальностей 5В051100, 6М051100 и 6Д051100 - Маркетинг»

| S (strength) – сильные стороны (потенциально позитивные внутренние факторы)                                     | W (weakness) – слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)                                |
|---|---|
| Соответствие содержания образовательных программ ГОСО, современным требованиям науки и потребителей, а также их | Недостаточно государственных образовательных грантов на подготовку докторов PhD по специальности 6Д051100 |



|  |  |
|--|--|
| <p>регулярная обновляемость, в связи с постоянными изменениями потребностей в компетенции выпускника, процессами глобализации и экономической интеграции;</p> <p>- Сочетание в образовательных программах теоретического и практического обучения, самостоятельной работы, а также наличие обязательных и элективных дисциплин, включающих компоненты для подготовки к профессиональной деятельности, развитие интеллектуальных навыков, творческих способностей и личности обучаемого.</p> <p>-повышение уровня удовлетворенности работодателей качеством образовательных услуг, предоставляемых университетом.</p> <p>-Университет имеет четко сформулированную и ясную миссию, реализуемую в соответствии с национальными и региональными приоритетами, отчетливо определяющую предназначение и стратегию его развития.</p> | <p>«Маркетинг».</p>  |
| <p>Высокая востребованность выпускников специальности.</p>   |  |
| <p>Качественное предоставление образовательных услуг.</p>  | <p>Низкая академическая мобильность обучающихся и ППС</p>  |
| <p>наличие материально - технической базы (специализированных аудиторий и интерактивных кабинетов, литературы, компьютерных кабинетов) соответствующей квалификационным требованиям по всем специальностям, готовящимся в университете.</p>  |  |
| <p>О (opportunity) – благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы)</p>   | <p>Т (threat) – угрозы (потенциально негативные внешние факторы)</p>   |
| <p>Формирование практических навыков студентов с учётом реальных потребностей работодателей.</p> <p>Способность образовательных программ вывести обучение на новый качественный, в том числе международный уровень.</p> <p>Сотрудничество аграрных ВУЗов республики и стран ближнего зарубежья в подготовке специалистов, обмен опытом в повышения эффективности реализации</p>  | <p>Недостаточное количество целевой подготовки специалистов за счет средств хозяйствующих субъектов, с предоставлением возможности прохождения производственной практики и последующим трудоустройством.</p> |

|                           |  |
|---------------------------|--|
| образовательных программ. |  |
|---------------------------|--|

Специализированный профиль ОП 5В051100/6М051100/6D051100 – Маркетинг содержит следующую самооценку соответствия: по критериям ОП имеет удовлетворительные –5.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ РЕКОМЕНДАЦИИ ВНЕШНЕЙ ЭКСПЕРТНОЙ КОМИССИИ ПО ПРЕДЫДУЩЕЙ АККРЕДИТАЦИИ ОП

**По стандарту «Управление образовательной программой» рекомендация: Изучить и систематизировать опыт работы вузов по проектированию модульных образовательных программ и определить пути их совершенствования в вузе.**

По образовательным программам 5B051100/6M051100 Маркетинг был изучен опыт по методическому обеспечению специальностей ведущих вузов Казахстана: КазНУ им. Аль-Фараби – по специальности бакалавриата и магистратуры «Маркетинг». А также на базе данных университетов был рассмотрен опыт по проектированию модульных образовательных программ рассматриваемых специальностей и их направления, были учтены при составлении МОП по специальностям «Маркетинг» с учетом происходящих процессов модернизации в национальной системе высшего и послевузовского образования.

По стандарту «Управление образовательной программой» рекомендация: В целях повышения эффективности обратной связи с потребителями привлекать выпускающие кафедры и деканат к процессу анализа результатов анкетирования и разработки корректирующих и предупреждающих мероприятий.

**По стандарту «Управление образовательной программой» рекомендация: Упорядочить процедуру размещения учебно-методических материалов по дисциплинам (УМКД, силлабусов, презентаций, электронных учебников и др.) в электронном контенте для обеспечения к ним полного и структурированного доступа обучающихся.**

Для размещения УМЛ материалов в АИС «Платонус» выполняются следующие опции:

Преподаватель под своим логином и паролем входит в АИС «Платонус» и открывает раздел “УМК”.

Появляется список преподаваемых им дисциплин.

Выбирается нужная дисциплина.

Добавляется УМК дисциплины, нажатием иконки “Добавить”.

По образовательным программам 5B051100/6M051100 Маркетинг все УМЛ материалы размещены в АИС «Платонус» используются обучающимися в процессе обучения. В начале каждого учебного года после распределения учебной нагрузки каждый преподаватель обеспечивает размещение УМЛ материалов в электронном

контенте для обеспечения к ним полного и структурированного доступа обучающихся.

**По стандарту «Специфика образовательной программы» рекомендация: Привлекать к преподаванию профессионально ориентированного иностранного языка преподавателей специализированных языковых кафедр.**

По образовательным программам 5В051100/6М051100 Маркетинг занятия по профессиональному ориентированному языку ведутся занятиями, как преподавателями кафедры иностранных языков, так и преподавателями кафедры «Маркетинг и сервис».

**По стандарту «Профессорско-преподавательский состав и эффективность преподавания» рекомендация: вовлекать ученых экономического факультета в НИР аграрного, технического и других направлений, в том числе в работу научно-исследовательского центра экономических проблем аграрного развития.**

Доцент Каскатаев Н.М. участвовал в разработке проекта факультета ВТиЖ по выращиванию безвирусного семенного картофеля, используя Установку Замкнутого Водоснабжения при разведении рыбы, а также в разработке проекта по Разработке и внедрению нового селекционного показателя в мясном скотоводстве. Карабасов Р.А. выступал исполнителем в составе исследовательской группы КАТУ им. С.Сейфуллина из числа ППС кафедры Охотоведение и рыбное хозяйство в совместном проекте на тему «Устойчивое развитие аквакультуры и современные направления в рыбном хозяйстве» в рамках Программы развития ООН и Правительства Республики Казахстан «Оказание поддержки Правительству Республики Казахстан в реализации Концепции перехода к зеленой экономике и институализации Программы Партнерства «Зеленый Мост». Карабасов Р.А. провел 3 региональных семинара в рамках данного проекта в Петропавловске, Алматы и Атырау май-сентябрь 2017 года. А также проводил семинары по теме «Менеджмент и маркетинг в рыбном хозяйстве» в рамках учебного курса по выращиванию рыб в установках замкнутого водоснабжения 15-19 января 2018 года на базе научно-исследовательского центра «Рыбное хозяйство» АО «КазАТУ им. С. Сейфуллина», г. Астана (Приложение 10). Кроме того на факультете активно привлекаются докторанты и магистранты для выполнения научных проектов, выполняемых на кафедрах.

**По стандарту «Профессорско-преподавательский состав и эффективность преподавания» рекомендация: Усилить работу по повышению квалификации**

**ППС в области актуальных экономических исследований и сфере применения инновационных методов и форм обучения в соответствии с целями образовательных программ.**

В период с 2016 по 2017 год преподавателями кафедры «Маркетинг и сервис» были прослушаны следующие курсы повышения квалификации: Каскатаев Н.М., Карабасов Р.А., Хапова А.В., Мухтарова Ж.Е., Болат А.Д. прошли курсы повышения в КазНУ им. Аль-Фараби по теме «Маркетинговый анализ и стратегическое решение» с 1 по 15 ноября 2017г. Муталляпова Ш.Е., Абдикариова Г.А., Шапенова К.К., Куттаякова Г.Ж. в АО «Международная универсальная товарная биржа «Берекет» по теме «Основы биржевой торговли» в мае 2017 года. Мухтарова Ж.Е. прошла курсы английского языка в 2016 году при КАТУ им. С.Сейфуллина.

**По стандарту «Обучающиеся» рекомендация: Организовать в рамках сайта вуза обсуждение работодателями тематики магистерских диссертаций, дипломных работ и проектов, ввести в практику размещение резюме выпускников на сайте.**

С целью трудоустройства выпускников в нашем университете приказом председателя Правления №367-Н от 03.07.2015 года создан Центр карьеры и бизнеса. Основными задачами ЦКБ являются:

- повышение конкурентоспособности и мобильности выпускников КАТУ им.С.Сейфуллина на рынке труда;
- повышение деловой активности обучающихся и выпускников КАТУ им. С. Сейфуллина;
- содействие в организации учебной, производственной, педагогической, преддипломной, исследовательской практик и стажировок для обучающихся КАТУ им. С. Сейфуллина;
- организация работ по формированию договорных отношений с учреждениями различных правовых форм собственности с целью расширения рамок социального партнерства;
- организация мероприятий с участием потенциальных работодателей – встреч, ярмарок вакансий, семинаров, презентаций компаний и др.;
- оказание помощи выпускникам КАТУ им. С. Сейфуллина в построении планов карьеры роста и их продвижения;
- информационно-аналитическая работа на рынке труда, включая мониторинговую работу и организацию социологических опросов;

- создание банка вакансий и предложений для обеспечения трудоустройства выпускников КАТУ им. С. Сейфуллина;
- проведение ярмарок вакансий, сбор и анализ информации по трудоустройству выпускников по всем уровням обучения;
- ежегодное обновление базы данных по выпускникам;
- организация презентаций для выпускников различными предприятиями и фирмами с целью привлечения на работу;
- рассылка резюме выпускников работодателям;
- создание и ведение портала с резюме выпускников и вакантными местами работодателей;
- анализ статистических данных по трудоустройству и разработка мероприятий по улучшению показателей.

С целью обеспечения трудоустройства выпускников университета Центр карьеры и бизнеса обеспечивает сбор и размещение резюме выпускников на сайте [gojob.kz](http://gojob.kz).

На данный момент в университете меняется интерфейс сайта, в котором планируется создать рубрику «Тематика дипломных и диссертационных работ» с целью обеспечения прозрачности и адекватности.

При разработке тематики магистерских диссертаций, дипломных работ постоянно учитываются мнения работодателей, так как часто руководителями дипломных работ являются представители работодателей, на основании их мнений при обсуждении МОПов специальностей экономического кластера ежегодно происходит обновление тематик, формирующих развитие личностных компетенций и развитие предпринимательских навыков обучающихся. При этом в качестве работодателей выступают такие предприятия как «М-Профи», «КазАгроМаркетинг», «Лидер», «Родина» и другие, которые действительно предлагают ряд вариантов тем как магистерских, так и дипломных работ для формирования профессиональных компетенций.

По кафедре «Маркетинг и сервис» дополнительно были привлечены ТОО «Торғай» и ТОО «Астана Лайн Сервис» в качестве работодателей по разработке МОПов для специальности «Маркетинг» (Приложение 16).

**По стандарту «Обучающиеся» рекомендация: Рассмотреть возможность профессиональной сертификации обучающихся в области специализации и актуальных направлений рынка труда.**

По образовательным программам 5B051100/6M051100 Маркетинг при прохождении производственной практики студентами специальности «Маркетинг» предприятиями планируется выдача сертификатов об успешном завершении данной практики, дающим право обучающимся в последующем устроиться на работу по профессиональным направлениям. По данному направлению на 2017 год заключено договоров с шестидесятью предприятиями по прохождению практики обучающихся по специальности «Маркетинг» (Приложение 17).

**По стандарту «Ресурсы, доступные образовательным программам» рекомендация: Оформить специализированные кабинеты информационно-справочными стендами, актуальными и тематическими материалами в соответствии с целями образовательных программ и перспективными направлениями экономики Республики Казахстан.**

Ежегодно в план государственных закупок выпускающие кафедры закладывают денежные средства для расширения материально-технической базы. За отчетный период по экономическому кластеру было заложено 7891486 млн. тенге на приобретение оборудования и материалов.

По образовательным программам 5B051100/6M051100 Маркетинг за кафедрой «Маркетинг и сервис» закреплены две аудитории №1107 и №1103, которые оформлены соответствующими информационно-справочными стендами, актуальными и тематическими материалами, касающиеся направлений маркетинга в современных рыночных взаимоотношениях.

По стандарту в разрезе отдельных специальностей рекомендация: Предусмотреть возможность формирования личных компетенций и развитие предпринимательских навыков обучающихся, направленных на создание собственного бизнеса. Для формирования личных компетенций и развитие предпринимательских навыков обучающихся, направленных на создание собственного бизнеса по образовательным программам 5B051100/6M051100 Маркетинг при разработке МОПов учтены мнения работодателей, на основании которых были включены дисциплины, формирующие развитие личных компетенций и развитие предпринимательских навыков обучающихся. При этом в качестве работодателей выступают такие предприятия как «М-Профи», «КазАгроМаркетинг» и другие, которые действительно предлагают ряд вариантов включения дисциплин в МОПы для формирования профессиональных компетенций как для маркетологов. Одними из предложенных дисциплин являются: Практический маркетинг, Брэндинг для специальности «Маркетинг». По кафедре «Маркетинг и сервис» дополнительно

были привлечены ТОО «Торғай» и ТОО «Астана Лайн Сервис» в качестве работодателей по разработке МОПов для специальности «Маркетинг» (Приложение 16).



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ КОМИССИИ ПО САМООЦЕНКЕ

| № п/п   | № п/п | Критерии оценки  | Позиция организации образования |                    |                        |                      |
|---|-------|--|---------------------------------|--------------------|------------------------|----------------------|
|   |       |  | Сильная                         | Удовлетворительная | Предполагает улучшение | Неудовлетворительная |
| <b>Стандарт1«Управление образовательной программой»</b> |       |  |                                 |                    |                        |                      |
| 1   | 1.    | Вуз должен иметь опубликованную политику обеспечения качества.   |                                 | +                  |                        |                      |
| 2   | 2.    | Политику обеспечения качества должна отражать связь между научными исследованиями, преподаванием и обучением.  |                                 | +                  |                        |                      |
| 3   | 3.    | Вуз должен продемонстрировать развитие культуры обеспечения качества в том числе в разрезе ОП  |                                 | +                  |                        |                      |
| 4   | 4.    | Приверженность к обеспечению качества должна относиться к любой деятельности, выполняемой подрядчиками и партнерами (аутсорсингу), в том числе при реализации совместного-двудипломного образования и академической мобильности  |                                 |                    | +                      |                      |
| 5   | 5.    | Руководство ОП обеспечивает прозрачность разработки плана развития ОП на основе анализа и его функционирования, реального позиционирования вуза и направленности его деятельности на удовлетворение потребностей государства, работодателей, заинтересованных лиц и обучающихся. |                                 | +                  |                        |                      |
| 6   | 6.    | Руководство ОП демонстрирует функционирование механизмов формирования и регулярного пересмотра плана развития образовательной программы и мониторинга его реализации, оценки достижения целей  |                                 | +                  |                        |                      |

|    |     |   |   |   |   |  |
|----|-----|---|---|---|---|--|
|    |     | обучения, соответствия потребностям обучающихся, работодателей и общества, принятия решений, направленных на постоянное улучшение образовательной программы.  |   |   |   |  |
| 7  | 7.  | Руководство ОП должно привлекать представителей групп заинтересованных лиц, в том числе работодателей, обучающихся и ППС к формированию плана развития ОП.  | + |   |   |  |
| 8  | 8.  | Руководство ОП должно продемонстрировать индивидуальность и уникальность плана развития ОП его согласованность с национальными приоритетами развития и стратегии развития организация образования                     | + |   |   |  |
| 9  | 9.  | Вуз должен продемонстрировать четкое определение ответственных за бизнес процессы в рамках ОП, однозначного распределения должностных обязанностей персонала, разграничения функций коллегиальных органов.            | + |   |   |  |
| 10 | 10. | Руководство ОП должно представить доказательство прозрачности системы управления ОП.  |   |   | + |  |
| 11 | 11. | Руководство ОП должно продемонстрировать успешное функционирование внутренней системы обеспечения качества ОП, включающей ее проектирование, управление и мониторинг, их улучшения принятые решения на основе фактов. |   | + |   |  |
| 12 | 12. | Руководство ОП должно осуществлять управление рисками.  |   | + |   |  |
| 13 | 13. | Руководство ОП должно обеспечить участие представителей заинтересованных лиц (работодателей, ППС, обучающихся) в составе коллегиальных органов управления ОП, а также   |   | + |   |  |

|   |     |   |   |    |   |  |
|---|-----|---|---|----|---|--|
|   |     | их репрезентативность при принятии решений по вопросам управления ОП.   |   |    |   |  |
| 14  | 14. | Вуз должен продемонстрировать управление инновациями в рамках ОП, в том числе анализ и внедрение инновационных предложений.   |   |    | + |  |
| 15  | 15. | Руководство ОП должно продемонстрировать Доказательства открытости и доступности для обучающихся, ППС, работодателей и других заинтересованных лиц.   |   | +  |   |  |
| 16  | 16. | Руководство ОП должно пройти обучение по программам менеджмента образования   |   | +  |   |  |
| 17  | 17. | Руководство ОП должно стремиться к тому чтобы прогресс, достигнутый со времени последней процедуры внешнего обеспечения качества принимался во внимание при подготовке к следующей процедуры                  |   | +  |   |  |
|   |     | <b>Итого по стандарту</b>   | 3 | 11 | 3 |  |
| <b>Стандарт 2 «Управление информацией и отчетность»</b> |     |   |   |    |   |  |
| 18  | 1.  | Вуз должен обеспечить функционирование системы сбора, анализа и управления информацией на основе применения современных информационно-коммуникационных технологий и программных средств.                      |   | +  |   |  |
| 19  | 2.  | Руководство ОП должно продемонстрировать системное использование обработанной, адекватной информацией для улучшения внутренней системы обеспечения качества   |   | +  |   |  |
| 20  | 3.  | В рамках ОП должна существовать система регулярной отчетности, отражающая все уровни структуры, включающая оценку результативности и эффективности деятельности подразделения и кафедры научных исследований. | + |    |   |  |

|     |     |  |   |   |   |  |
|-----|-----|--|---|---|---|--|
| 21  | 4.  | Вуз должен установить периодичность, формы и методы оценки управления ОП, деятельности коллегиальных органов и структурных подразделения высшего руководство реализации научных проектов.                  | + |   |   |  |
| 22  | 5.  | Вуз должен продемонстрировать определение порядка и обеспечения защиты информации, в том числе определение ответственных лиц за достоверность и своевременность анализа информации и представления данных. |   |   | + |  |
| 23  | 6.  | Важным фактором является вовлечение обучающихся, работников и ППС процессе сбора и анализа информации, а также принятия решения на их основе   |   |   | + |  |
| 24  | 7.  | Руководство ОП должно продемонстрировать наличие механизма коммуникации с обучающимися, работниками и другими заинтересованными лицами, в том числе наличие механизмов разрешения конфликтов.              |   |   | + |  |
| 25  | 8.  | Вуз должен обеспечить измерение степени удовлетворенности потребностей ППС, персонала и обучающихся в рамках ОП и продемонстрировать доказательства устранения обнаруженных недостатков                    |   | + |   |  |
| 26  | 9.  | Вуз должен оценивать результативность и эффективность деятельности, в том числе в разрезе ОП   |   | + |   |  |
|     |     | Информация, собираемая и анализируемая вузом, должна учитывать:  |   |   |   |  |
| 27  | 10. | ключевые показатели эффективности;   | + |   |   |  |
| 28  | 11. | динамику контингента обучающихся в разрезе форм и видов;   | + |   |   |  |
| 29. | 12. | уровень успеваемости, достижения обучающихся и отчисление;   | + |   |   |  |

|  |     |  |   |   |   |  |
|--|-----|--|---|---|---|--|
| 30.  | 13. | удовлетворенность обучающихся реализацией ОП и качеством обучения в вузе;  | + |   |   |  |
| 31.  | 14. | доступность образовательных ресурсов и систем поддержки для обучающихся;   | + |   |   |  |
| 32.  | 15. | трудоустройство и карьерный рост выпускников   |   |   | + |  |
| 33.  | 16. | Обучающиеся, работники и ППС должны подтвердить документально свое согласие на обработку персональных данных                         |   |   | + |  |
| 34.  | 17. | Руководство ОП должно содействовать обеспечению всей необходимой информацией в соответствующих областях наук.                        | + |   |   |  |
|  |     | Итого по стандарту   | 8 | 4 | 5 |  |
| <b>Стандарт 3«Разработка и утверждение ОП»</b> |     |  |   |   |   |  |
| 35   | 1.  | Вуз должен определить и документировать процедуры разработки ОП и их утверждение на институциональном уровне.                        | + |   |   |  |
| 36   | 2.  | Руководство ОП должно обеспечить соответствие разработанных ОП установленным целям, включая предполагаемые результаты обучения.      |   | + |   |  |
| 37   | 3.  | Руководство ОП должно обеспечить наличие разработанных моделей выпускника ОП, описывающих результаты обучения и личностные качества. | + |   |   |  |
| 38   | 4.  | Руководство ОП должно продемонстрировать проведение внешних экспертиз ОП   |   | + |   |  |
| 39   | 5.  | Квалификация, получаемая по завершению ОП, должна быть четко определена, разъяснена и соответствовать определенному уровню НСК.      |   | + |   |  |
| 40   | 6.  | Руководство ОП должно определить влияние дисциплин и профессиональных практик на формирование результатов обучения                   |   | + |   |  |
| 41   | 7.  | Важным фактором является возможность подготовки обучающихся к профессиональной   |   |   | + |  |

|   |     |   |   |   |   |  |
|---|-----|---|---|---|---|--|
|   |     | сертификации  |   |   |   |  |
| 42  | 8.  | Руководство ОП должно представить доказательства участия обучающихся, ППС и других стейкхолдеров в разработке ОП, обеспечении их качества.  | + |   |   |  |
| 43  | 9.  | Трудоемкость ОП должна быть четко определена в казахстанских кредитах и ECTS.   | + |   |   |  |
| 44  | 10. | Руководство ОП должно обеспечить содержание учебных дисциплин и результатов обучения уровню обучения (бакалавриат, магистратура, докторантура).   |   |   | + |  |
| 45  | 11. | В структуре ОП следует предусмотреть различные виды деятельности соответствующие результатам обучения.  |   | + |   |  |
| 46  | 12. | Важным фактором является наличие совместных ОП с зарубежными организациями образования.   |   |   | + |  |
| <b>Итого по стандарту</b>   |     |   | 4 | 5 | 3 |  |
| <b>Стандарт 4 «Постоянный мониторинг и периодическая оценка образовательных программ»</b> |     |   |   |   |   |  |
| 47  | 1.  | Вуз должен проводить мониторинг и периодическую оценку ОП для того, чтобы обеспечить достижение цели и отвечать потребностям обучающихся и общества. Результаты этих процессов направлены на постоянное совершенствование ОП. |   | + |   |  |
|   |     | Мониторинг и периодическая оценка ОП должны рассматривать:  |   |   |   |  |
| 48  | 2.  | содержание программ в свете последних достижений науки по конкретной дисциплине для обеспечения актуальности преподаваемой дисциплины;  | + |   |   |  |
| 49  | 3.  | изменения потребностей общества и профессиональной среды;   | + |   |   |  |

|  |     |  |   |   |   |  |
|--|-----|--|---|---|---|--|
| 50   | 4.  | нагрузку, успеваемость и выпуск обучающихся;   | + |   |   |  |
| 51   | 5.  | эффективность процедур оценивания обучающихся;   | + |   |   |  |
| 52   | 6   | ожидания, потребности и удовлетворенность обучающихся обучением по ОП.   |   | + |   |  |
| 53   | 7.  | образовательную среду и службы поддержки и их соответствие целям ОП.   |   | + |   |  |
| 54   | 8.  | Вуз и руководство ОП должны представить доказательства участия обучающихся, работодателей и других стейкхолдеров в пересмотре ОП.  |   | + |   |  |
| 55   | 9.  | Все заинтересованные лица должны быть проинформированы о любых запланированных или предпринятых действиях в отношении ОП. Все изменения, внесенные в ОП, должны быть опубликованы. |   | + |   |  |
| 56   | 10. | Руководство ОП должно обеспечить пересмотр содержания и структуры ОП с учётом изменений рынка труда, требований работодателей и социального запроса общества.                      |   | + |   |  |
| <b>Итого по стандарту</b>  |     |  | 4 | 6 |   |  |
| <b>Стандарт 5 «Студентоцентрированное обучение, преподавание и оценка успеваемости».</b> |     |  |   |   |   |  |
| 57   | 1.  | Руководство ОП должно обеспечить уважение и внимание к различным группам обучающихся и их потребностям, предоставление им гибких траекторий обучения.                              |   | + |   |  |
| 58   | 2.  | Руководство ОП должно обеспечить использование различных форм и методов преподавания и обучения.   |   | + |   |  |
| 59   | 3.  | Важным фактором является наличие собственных исследований в области методики преподавания учебных дисциплин ОП.  |   |   | + |  |
| 60   | 4.  | Руководство ОП должно продемонстрировать   |   | + |   |  |

|                                 |     |   |   |   |   |  |
|---------------------------------|-----|---|---|---|---|--|
|                                 |     | наличие системы обратной связи по использованию различных методик преподавания и оценки результатов обучения.   |   |   |   |  |
| 61                              | 5.  | Руководство ОП должно продемонстрировать поддержку автономия обучающихся при одновременном руководстве и помощи со стороны преподавателя.   |   | + |   |  |
| 62                              | 6.  | Руководство ОП должно продемонстрировать наличие процедуры реагирования на жалобы обучающихся.  | + |   |   |  |
| 63                              | 7.  | Вуз должен обеспечить последовательность, прозрачность и объективность механизма оценки результатов обучения для каждой ОП, включая апелляцию.  |   | + |   |  |
| 64                              | 8.  | Вуз должен обеспечить соответствие процедур оценки результатов обучения обучающихся ОП планируемым результатам обучения и целям программы. Критерии и методы оценки в рамках ОП должны быть опубликованы заранее. |   | + |   |  |
| 65                              | 9.  | В вузе должны быть определены механизмы обеспечения освоения каждым выпускником ОП результатов обучения и обеспечена полнота их формирования.   | + |   |   |  |
| 66                              | 10. | Оценивающие лица должны владеть современными методами оценки результатов обучения и регулярно повышать квалификацию в этой области.   |   |   | + |  |
| <b>Итого по стандарту</b>       |     |   | 2 | 6 | 2 |  |
| <b>Стандарт 6 «Обучающиеся»</b> |     |   |   |   |   |  |
| 67                              | 1.  | Вуз должен продемонстрировать политику формирования контингента обучающихся от поступления до выпуска и обеспечить прозрачность ее процедур. Процедуры, регламентирующие жизненный цикл                           | + |   |   |  |



|    |    |   |   |   |   |  |
|----|----|---|---|---|---|--|
|    |    | обучающихся (от поступления до завершения), должны быть определены, утверждены, опубликованы.   |   |   |   |  |
| 68 | 2. | Руководство ОП должно продемонстрировать проведение специальных программ адаптации и поддержки только что поступивших и иностранных обучающихся.  |   |   | + |  |
| 69 | 3. | Вуз должен продемонстрировать соответствие своих действий Лиссабонской конвенции о признании.   | + |   |   |  |
| 70 | 4. | Вуз должен сотрудничать с другими организациями образования и национальными центрами «Европейской сети национальных информационных центров по академическому признанию и мобильности/ Национальных академических Информационных Центров Признания» ENIC/NARIC с целью обеспечения сопоставимого признания квалификаций. |   | + |   |  |
| 71 | 5. | Руководство ОП должно продемонстрировать наличие и применение механизма по признанию результатов академической мобильности обучающихся, а также результатов дополнительного, формального и неформального обучения.  |   | + |   |  |
| 72 | 6. | Вуз должен обеспечить возможность для внешней и внутренней мобильности обучающихся ОП, а также оказывать им содействие в получении внешних грантов для обучения.  |   |   | + |  |
| 73 | 7. | Руководство ОП должно приложить максимальное количество усилий к обеспечению обучающихся местами практики, содействию трудоустройству выпускников, поддержанию с ними связи.  |   | + |   |  |

|   |     |   |   |   |   |  |
|---|-----|---|---|---|---|--|
| 74  | 8.  | Вуз должен обеспечить выпускников ОП документами, подтверждающими полученную квалификацию, включая достигнутые результаты обучения, а также контекст, содержание и статус полученного образования и свидетельства его завершения. |   | + |   |  |
| 75  | 9.  | Важным фактором является мониторинг трудоустройства и профессиональной деятельности выпускников ОП.   | + |   |   |  |
| 76  | 10. | Руководство ОП должно активно стимулировать обучающихся к самообразованию и развитию вне основной программы (внеучебной деятельности)   |   | + |   |  |
| 77  | 11. | Важным фактом является наличие действующей ассоциации/обединения выпускников  | + |   |   |  |
| 78  | 12. | Важным фактором является наличие механизма поддержки одаренных обучающихся.   |   | + |   |  |
| <b>Итого по стандарту</b>                                 |     |   | 4 | 6 | 2 |  |
| <b>Стандарт 7 «Профессорско-преподавательской состав»</b> |     |   |   |   |   |  |
| 79  | 1.  | Вуз должен иметь объективную и прозрачную кадровую политику, включающую наем, профессиональной рост и развитие персонала, обеспечивающую профессиональную компетентность всего штата.   | + |   |   |  |
| 80  | 2.  | Вуз должен продемонстрировать соответствие кадрового потенциала ППС стратегии развития вуза и специфике ОП.   |   | + |   |  |
| 81  | 3.  | Руководство ОП должно продемонстрировать осознание ответственности за своих работников и обеспечение для них благоприятных условий работы.  |   | + |   |  |
| 82  | 4.  | Руководство ОП должно продемонстрировать изменение роли преподавателя в связи с   |   | + |   |  |

|    |     |   |   |   |   |  |
|----|-----|---|---|---|---|--|
|    |     | переходом к студентоцентрированному обучению.   |   |   |   |  |
| 83 | 5.  | Вуз должен определить вклад ППС ОП в реализацию стратегии развития вуза, и др. Стратегических документов.   |   | + |   |  |
| 84 | 6.  | Вуз должен предоставлять возможности карьерного роста и профессионального развития ППС ОП.  | + |   |   |  |
| 85 | 7.  | Руководство ОП должно привлекать к преподаванию практиков соответствующих отраслей.   | + |   |   |  |
| 86 | 8.  | Руководство ОП должно обеспечить целенаправленные действия по развитию молодых преподавателей.  |   | + |   |  |
| 87 | 9.  | Вуз должен продемонстрировать мотивацию профессионального и личностного развития преподавателей ОП, в том числе поощрение как интеграции научной деятельности и образования, так и применения инновационных методов преподавания. |   | + |   |  |
| 88 | 10. | Важным фактором является активное применение ППС информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе (например, on-line обучения, e-портфолио, MOOC и др.).  |   |   | + |  |
| 89 | 11. | Важным фактором является развитие академической мобильности в рамках ОП, привлечение лучших зарубежных и отечественных преподавателей.  |   |   | + |  |
| 90 | 12. | Важным фактором является вовлеченность ППС ОП в жизнь общества (роль ППС в системе образования, в развитии науки, региона, создании культурной среды, участие в выставках, творческих конкурсах, программах                       |   | + |   |  |

|   |    |  |          |          |          |  |
|---|----|--|----------|----------|----------|--|
|   |    | благотворительности и т.д.).   |          |          |          |  |
|   |    | <b>Итого по стандарту</b>  | <b>3</b> | <b>7</b> | <b>2</b> |  |
| <b>Стандарт 8 «Образовательные ресурсы и системы поддержки студентов»</b> |    |  |          |          |          |  |
| 91  | 1. | Руководство ОП должно продемонстрировать достаточность материально-технических ресурсов и инфраструктуры.  |          | +        |          |  |
| 92  | 2. | Руководство ОП должно продемонстрировать наличие процедур поддержки различных групп обучающихся, включая информирование и консультирование.  |          | +        |          |  |
|   |    | Руководство ОП должно продемонстрировать соответствие информационных ресурсов специфике ОП в том числе соответствие:   |          |          |          |  |
| 93  | 3. | Технологическая поддержка обучающихся и ППС в соответствии с ОП (например, онлайн-обучение, моделирование, базы данных, программы анализа данных);   |          |          | +        |  |
| 94  | 4. | Библиотечные ресурсы, в том числе фонд учебной, методической и научной литературы по общеобразовательным, базовым и профилирующим дисциплинам на бумажных и электронных носителях, периодических изданий, доступ у научным базам данных: |          | +        |          |  |
| 95  | 5. | Экспертиза результатов НИР, выпускных работ, диссертаций на плагиат;   |          |          | +        |  |
| 96  | 6. | Функционирование Wi-Fi на территории организации образования   |          | +        |          |  |
| 97  | 7. | Вуз должен стремиться к тому, чтобы учебное оборудование и программные средства, используемые для освоения ОП, были аналогичными с используемыми в соответствующих отраслях  |          |          | +        |  |
| 98  | 8. | Вуз должен обеспечить соответствие   |          | +        |          |  |

|   |    |  |   |   |   |  |
|---|----|--|---|---|---|--|
|   |    | требованиям безопасности в процессе обучения.  |   |   |   |  |
| 99  | 9. | Вуз должен стремиться учитывать потребности различных групп обучающихся в разрезе ОП (взрослых, работающих, иностранных обучающихся, а также обучающихся с ограниченными возможностями)                        |   | + |   |  |
| <b>Итого по стандарту</b>                         |    |  |   | 6 | 3 |  |
| <b>Стандарт 9 «Информирование общественности»</b> |    |  |   |   |   |  |
|   |    | Публикуемая вузом в рамках ОП информации должна быть точной, объективной, актуальной и должна включать:  |   |   |   |  |
| 100   | 1. | реализуемые программы, с указанием ожидаемых результатов обучения  | + |   |   |  |
| 101   | 2. | информацию о возможности присвоения квалификации по окончании ОП;  | + |   |   |  |
| 102   | 3. | информацию о преподавании, обучении, оценочных процедурах;   |   | + |   |  |
| 103   | 4. | сведения о проходных баллах и учебных возможностях, предоставляемых обучающимся;   | + |   |   |  |
| 104   | 5. | информацию о возможностях трудоустройства выпускников.   |   | + |   |  |
| 105   | 6. | Руководство ОП должно использовать разнообразные способы распространения информации (в том числе СМИ, веб-ресурсы, информационные сети и др.) для информирования широкой общественности и заинтересованных лиц |   | + |   |  |
| 106   | 7. | Информирование общественности должно предусматривать поддержку и разъяснение национальных программ развития страны и системы высшего и послевузовского образования.  | + |   |   |  |
| 107   | 8. | Вуз должен публиковать на собственном веб-ресурсе аудированную финансовую отчетность   |   | + |   |  |

|   |     |  |   |   |   |  |
|---|-----|--|---|---|---|--|
| 108   | 9.  | Вуз должен продемонстрировать отражение на веб-ресурсе информации, характеризующей вуз в целом и в разрезе ОП.   | + |   |   |  |
| 109   | 10. | Важным фактором является наличие адекватной и объективной информации о ППС ОП, в разрезе пераоналий.   |   | + |   |  |
| 110   | 11. | Важным фактором является информирование общественности о сотрудничестве и взаимодействии с партнерами в рамках ОП, в том числе с научными /консалтиговыми организациями, бизнес партнерами, социальными партнерами ит организациями образования  |   |   | + |  |
| 111   | 12. | Вуз должен размещать информацию и ссылки на внешние ресурсы по результатам процедур внешней оценки.  |   | + |   |  |
| 112   | 13. | Важным фактором является участие вуза и реализуемых ОП в разнообразных процедурах внешней оценки.  |   | + |   |  |
| <b>Итого по стандарту</b>   |     |  | 5 | 7 | 1 |  |
| <b>Стандарты в разрезе отдельных специальностей</b>   |     |  |   |   |   |  |
| <b>СОЦИАЛЬНЫЕ, ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ, ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС И ПРАВО</b>  |     |  |   |   |   |  |
| <b>ОП 5В01100 – Маркетинг</b>   |     |  |   |   |   |  |
| <b>Образовательные программы по направлению 5В051100 – Маркетинг должны отвечать следующим требованиям:</b> |     |  |   |   |   |  |
| 113   | 1.  | С целью ознакомления обучающихся с профессиональной средой и актуальными вопросами в области специализации, а также для приобретения навыков на основе теоретической подготовки программа образования должна включать дисциплины и мероприятия, направленные на получение практического опыта и навыков по |   | + |   |  |

|                           |    |   |    |    |    |  |
|---------------------------|----|---|----|----|----|--|
|                           |    | специальности в целом и профилирующим дисциплинам в частности, в т.ч.:<br>- экскурсии на предприятия в области специализации (заводы, мастерские, исследовательские институты, лаборатории, учебно-опытные хозяйства и т.п.),<br>- проведение отдельных занятий или целых дисциплин на предприятии специализации,<br>- проведение семинаров для решения практических задач, актуальных для предприятий в области специализации и т.п. |    |    |    |  |
| 114                       | 2. | Профессорско-преподавательский состав, вовлеченный в программу образования, должен включать штатных преподавателей, имеющих длительный опыт работы штатным сотрудником на предприятиях в области специализации программы образования.   |    | +  |    |  |
| 115                       | 3. | Содержание всех дисциплин ОП должно в той или иной мере базироваться и включать четкую взаимосвязь с содержанием фундаментальных естественных наук, как математика, химия, физика.  |    | +  |    |  |
| 116                       | 4. | Руководство ОП должно обеспечить меры для усиления практической подготовки в области специализации.   |    | +  |    |  |
| 117                       | 5. | Руководство ОП должно обеспечить подготовку обучающихся в области применения современных информационных технологий.   |    | +  |    |  |
| <b>Итого по стандарту</b> |    |   |    | 5  |    |  |
| <b>ВСЕГО</b>              |    |   | 33 | 63 | 21 |  |