

С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық зерттеу университетті

Факультетің ғылыми
кеңесінің отырысында
қаралды
№ 7 хаттама
2024 жыл 26 қаңтар



«Бекітемін»

Экономика факультеттінің деканы

Сабырова М.Е.

« 26 » 01 2024 ж..

2024-2029 жж. 6B04104 «Digital маркетинг»
БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫН ДАМУ ЖОСПАРЫ

«Менеджмент және маркетинг» кафедрасының кеңейтілген отырысында
қаралды, Хаттама № 6 «_17_»_01_2024 ж.

Содержание

№	Компоненттің аты	Беті
1	Білім беру бағдарламасын (БББ) дамыту жоспарының паспорты	3
2	БББ аналитикалық негіздемесі	5
2.1	Білім беру бағдарламасы бойынша мәліметтер	5
2.2	Білім алушылар туралы ақпараттар	6
2.3	БББ дамыту үшін ішкі жаулар	7
2.4	Қоршаған социум сипаттамасы	7
2.5	Білім беру бағдарламасын іс-жүзіне асырушы ПОҚ туралы мәліметтер	8
2.6	БББ жетістіктерінің сипаттамасы	8
3	БББ дамыту жоспарын шешуге бағытталған мәселелердің сипаттамасы және оларды шешу қажеттілігін негіздеу	8
4	БББ жүзеге асыру мерзімдері мен кезеңдерін көрсете отырып, оны дамыту жоспарының негізгі мақсаттары мен міндеттері	9
5	БББ үшін тәуекелдер әсерін төмендету бойынша шаралар	9
6	БББ дамыту бойынша шаралар жоспары	10
7	БББ дамыту жоспарын іс-жүзіне асыру механизмдері	12
8	БББ дамыту жоспарын іске асырудың әлеуметтік-экономикалық тиімділігін бағалау	12
9	Білім беру деңгейі бойынша БББ түлегінің моделі	12

1 БВ04104 «Digital маркетинг» білім беру бағдарламасын дамыту жоспарының паспорты

Жаңа кәсіпорындардың пайда болуы, көптеген дамыған немесе дамушы елдер үшін экономиканың қозғаушы күші болып табылады. Қазіргі уақытта бизнестің табысты болуы үшін жаңаша идеяның болуы жеткіліксіз, маңыздысы - кәсіпкерлік тұжырымдамалар мен дағдылардың кең ауқымын білу, компанияны басқарудың дұрыс стратегияларын жасау, тиімді команданы құру және көшбасшы болу. Бұл «Digital маркетинг» білім беру бағдарламасын (бұдан әрі БББ) әзірлеуге негіз болды, сонымен қатар саладағы кадрларды даярлау мен қалыптастыруға, бизнесті басқаруға жұмыс берушілердің талаптарының құрылымы мен мазмұнының өзгеруін атап өту қажет.

1	БББ дамыту жоспарын құру негіздемелері	С.Сейфуллин атындағы ҚАТЗУ-нің стратегиялық даму жоспары.
2	БББ дамыту жоспарының негізгі құрушылары	Карабасов Р.А, э.ғ.к., қауымдастырылған профессор; Тулегенова Ж.У, э.ғ.к., аға оқытушы; Касенова Асия Жандарбековна, э.ғ.к., қауымдастырылған профессор; Муталляпова Ш.Е, э.ғ.к., доцент; Бимолдин Дамир – «ALBI» ЖШС директоры.
3	БББ даму жоспарын іс-жүзіне асыру мерзімі	2024-2029 жж
4	Қаржыландыру көлемі және көздері	Республикалық бюджеттен мемлекеттік тапсырыстарды қаржыландыру; сыртқы қаржыландыру көздерін тарту. «Digital маркетинг» мамандығы бойынша қаржыландыру көлемі білі алушылар контингентін ақылы негізде (білім алушылардың жеке қаражаты есебінен) қалыптастыруды ескере отырып және кафедраның іске асырылатын және қаржыландырылатын жобаларының көздері негізінде

5	БББ дамыту жоспарын іске асырудың күтілетін түпкілікті нәтижелері түпкілікті нәтижелері	<ul style="list-style-type: none"> • «Маркетинг және тауар мен қызмет нарығындағы брендті басқару» магистратурасының түлектеріне қойылатын өзгермелі жағдайлар мен талаптарды ескере отырып, университетте кәсіби білім беру сапасын үнемі арттыру; • ғылыми зерттеулердің тиімділігін арттыру; • ғылым мен өндіріс арасындағы байланысты нығайту; • біліктілік талаптарына сай келетін университеттің жоғары білікті ғылыми-педагогикалық кадрларымен қамтамасыз ету; • Қазақстанның агроөнеркәсіп кешенін кадрлық, ғылыми-техникалық, технологиялық және ақпараттық-консультациялық қамтамасыз ету жүйесін жетілдіру; • әлемдік стандарттар талаптарына сәйкес университеттің ғылыми және білім беру қызметін басқару жүйесін жаңғырту; <p>университеттің тұрақты дамуы және оның халықаралық деңгейдегі ғылыми-білім беру кеңістігіндегі бәсекеге қабілеттілігін арттыру.</p>
---	---	--

2. БББ аналитикалық негіздемесі

2.1. Білім беру бағдарламасы туралы ақпарат

6B04104 «Digital маркетинг» БББ мақсаты: дәстүрлі маркетинг құралдарын игеретін, сондай-ақ Интернет-маркетинг және электрондық коммерция саласындағы білімдерді меңгеретін, заманауи ақпараттық технологиялар мен бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып, маркетингтік мәселелерді шешу, бизнес және басқару саласындағы жоғары білікті бакалаврларды дайындау.

«Digital маркетинг» білім беру бағдарламасының міндеттері:

- тұтынушыларға қызмет көрсету бойынша менеджер, маркетинг, сату жөніндегі менеджер, сату жөніндегі менеджер, компанияның сату жөніндегі менеджері, бренд менеджері және бизнесті дамыту жөніндегі маман ретінде табысты мансапқа бағытталған менеджмент және маркетинг саласында кәсіби құзыреттілігі бар жоғары білікті маман даярлау;

- ақпаратты талдау және өңдеу, тәуекелдерді бағалау, бизнес-үдерістерді модельдеу және болжау, заманауи технологиялар негізінде әлеуметтік-экономикалық құбылыстарды талдау, кәсіпкерлік және белсенді өмір бойы өзін-өзі жетілдіруге және өзін-өзі дамытуға және жаңа білімді меңгеруге қабілетті іскерлік;

- шаруашылықты ұйымдастыру мен басқарудың қажетті нысандарын таңдау, басқару шешімдерін қабылдау, алынған нәтижелерді түсіндіру бойынша ғылыми қорытындыларды негіздеуге қабілетті мамандарды дайындау;

- кәсіби мәдениеті жоғары, оның ішінде кәсіби қарым-қатынас мәдениеті бар, азаматтық ұстанымы бар мамандарды даярлау.

Түлек қызметінің негізгі саласы – кәсіпорындағы еңбекті ұйымдастыру және персоналды басқару, кәсіпорынның экономикалық менеджменті, шағын және орта кәсіпорындардағы бизнесті басқару, сатуды басқару, интернет-маркетинг технологиялары. Digital маркетинг бакалавры – ақпаратты жинау мен өңдеудің, тәуекелдерді бағалаудың, бизнес-үдерістерді модельдеу мен болжаудың, заманауи технологиялар негізінде әлеуметтік және экономикалық құбылыстарды талдаудың заманауи әдістерін жетік меңгерген жоғары білікті маман.

«Digital маркетинг» бағдарламасының түлектері отандық және шетелдік компанияларда менеджмент мамандары, орта және жоғары деңгейдегі менеджерлер ретінде жұмыс істей алады, соның ішінде:

- стратегиялық даму бөлімдерінде;
- жобалық кеңселерде, соның ішінде цифрлық жобаларды басқаруда;
- тұтынушыларды қолдау қызметтерінде, серіктестермен өзара әрекеттесуде;

- серіктестіктің желілік бөлімшелерінде;

- персоналды дамыту қызметінде.

Бағдарлама түлектерінің міндеттері тікелей компанияның өзіндік ерекшеліктеріне байланысты.

«Digital маркетинг» бағыты түлектерінің кәсіби қызметінің объектілері: қызмет түріне, меншік нысанына, қатысушылардың санаттарына қарамастан ұйымдар мен кәсіпорындардың экономикалық, қаржылық, маркетингтік, өндірістік, экономикалық және талдау қызметтері, ұйымдық-құқықтық нысандары, республикалық және жергілікті деңгейдегі мемлекеттік органдар.

Мансаптық өсу қатардағы маман позициясынан дамиды және болашақта бөлім басшысы, атқарушы директор немесе компанияның даму директоры, компанияның бәсекеге қабілеттілігіне жауапты кәсіпорын менеджері лауазымын қабылдайды, бақылайды және барлық құрылымдық бөлімшелердің қызметін үйлестіреді.

Магистратура мен докторантура түлектерінің мансаптық өсуі кафедралар мен нақты ғылыми-зерттеу және оқу орындарының меңгерушілері ретіндегі міндеттерді орындауды көздейді.

Жалпы білім беру құзыреттіліктері

Білу тиіс:

- халық шаруашылығы саласындағы негізгі ілімдерді;
- әртүрлі салалар мен қызмет салаларындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру ерекшеліктерін;
- қызметтің кейбір салаларындағы маркетинг кешенінің ерекшеліктері;
- әртүрлі салалар мен қызмет салаларына арналған маркетингтік зерттеулердің ерекшеліктерін;
- таңдалған саладағы немесе қызмет саласындағы кәсіпорынның өнімінің ерекшеліктері, баға белгілеу, бөлу және коммуникация саясаты;
- салалар мен қызмет салаларындағы маркетингтік стратегияларды және маркетингті басқаруды әзірлеу тәсілдері.
- халықаралық сауданы реттеу әдістері, Қазақстандағы валюталық реттеу және бақылау жүйесі.

Жүргізе білуі:

- қызметтің жекелеген салаларында нақты практикалық мәселелерді шешу үшін классикалық маркетингтің теориялық принциптерін, идеяларын және әдістерін қолдану;
- ішкі және сыртқы ортаны талдау негізінде компанияның нарықтағы жағдайын жақсарту перспективалары туралы тиімді шешімдер қабылдау;
- қолданбалы есептерді шешу үшін қазіргі заманғы маркетингтің негізгі теорияларын пайдалану;
- белгілі бір қызмет саласында нарықтық конъюнктура негізінде компания үшін оңтайлы стратегияны таңдау үшін алған білімдерін қолдану.

Иемденуі тиіс:

- қоғамның дамуы, мәдениеттердің, өркениеттердің сан алуандығы, әлеуметтік тәжірибе формалары, Қазақстанның әлемдік тарихи үдерістегі орны туралы білім;
- нарықтық жағдайды бағалаудың заманауи әдістері;
- жекелеген салалар мен қызмет салаларында маркетингті қолданудың нақты ерекшеліктері мен мақсаттарына қатысты кәсіпорынның нарықтық кеңістіктегі жағдайын талдаудың негізгі әдістерін;
- әртүрлі салалық нарықтардағы кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасын талдау дағдылары;

- қолданбалы маркетинг мәселелерін шешуге арналған ақпараттық технологиялар;

- халықаралық коммерциялық мәмілелерді жүзеге асыру, сатып алу-сату шарттарын жасасу және жүргізу тәжірибесі

Дағдыларға ие болуы:

- нақты нарықта маркетингтік зерттеулерді дербес ұйымдастыру және жүргізу, нәтижелерді талдау және түсіндіру;

- маркетинг мәселелерін және нақты нарықтық жағдайларды талдау;

- стратегиялық және тактикалық сипаттағы маркетингтік бағдарламалар мен жоспарларды құрастыру.

Құзырлы болуы тиіс:

- арнайы маркетингтік терминология мен мамандық лексикасын қолдануы;

- ұйымдарда қойылған маркетингтік міндеттерді шешу үшін қажетті деректерді жинау, талдау және өңдеуі;

- ұйымдарда маркетингтік шараларды ұйымдастыруда және өткізуі;

- ауыл шаруашылығы ұйымдарында маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды дайындау және жүзеге асыруы;

- ауыл шаруашылығы ұйымдары қызметінің әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерінің өзгеру тенденцияларын анықтай отырып, әлеуметтік-экономикалық үдерістер мен құбылыстар бойынша маркетингтік мәліметтерді талдау және түсіндіруі.

Базалық құзыреттіліктері

«Digital маркетинг» бакалаврлары келесі негізгі құзыреттерге ие болуы тиіс:

Ана тілі (қазақ/орыс): кез келген ақпараттың мазмұнын түсіну, өз ойын, сезімін, пікірін жазбаша және ауызша түрде (тыңдау, сөйлеу, оқу және жазу) білдіру.

Шет тілдері: шет тілінде негізгі коммуникациялық дағдыларды меңгеру: түсініктерді, ойларды, сезімдерді, фактілер мен пікірлерді түсіну, білдіру, түсіндіру, ауызша және жазбаша (тыңдау, сөйлеу, оқу, жазу) әлеуметтік және мәдени контексттердің тиісті ауқымында.

Іргелі математикалық, жаратылыстану-техникалық дайындық: өзінің кәсіби қызметінде математикалық ойлау тәсілдерін (логика, кеңістіктік ойлау ж.т.б.) дамыту және қолдану; жаратылыстану білімдері мен әдістемесінің негіздерін өндірістік мәселелерді анықтау және кәсіби мәселелерді шешу үшін пайдалана алауы.

Компьютерлік білім алуы: жұмыста, демалыста және коммуникацияда заманауи ақпараттық технологияларды сенімді түрде пайдалану; кәсіби қызмет саласында интернет желісін пайдалана отырып, бірлескен желілерге қатысу үшін цифрлық құрылғыларды пайдалану дағдылары болуы.

Білімділік: экономикалық және басқару пәндері (ғылымдар)

саласындағы базалық білімі болуы; өздігінен білім алумен айналысу, уақыт пен ақпаратты тиімді басқара білу; кәсіби және жеке өсуге ұмтылу.

Әлеуметтік дайындық (тұлғалық, мәдениетаралық, азаматтық құзыреттер): қоғамдық және еңбек өміріне тиімді және сындарлы қатысуға мүмкіндік беретін әлеуметтік мінез-құлықтың этикалық және құқықтық нормаларын меңгеру; жанжалды жағдайлардың алдын алу және шешу, ымыраға келу, өз пікірін ұжымның пікірімен салыстыру қабілетін дамыту; іскерлік этика стандарттарын сақтау.

Кәсіпкерлік және экономикалық дайындық: экономикалық білім негіздері болуы, менеджмент, маркетинг, қаржы ж.т.б. туралы ғылыми түсініктері болуы; экономиканы мемлекеттік реттеудің мақсаттары мен міндеттерін білу және түсіну; кәсіби мақсаттарға жету үшін жобаларды жоспарлау және басқару.

Мәдени дайындық: Қазақстан халықтарының салт-дәстүрі мен мәдениетін білу; ойды шығармашылықпен жеткізудің маңыздылығын түсіну; жеке тұлғаның толерантты мінез-құлық қағидаттарын білу және күнделікті нәсілшілдік, ксенофобия, экстремизмнің алдын алу; жоғары рухани қасиеттерге ие болуы тиіс.

Кәсіби тағылымдамадан өту базасы (тәжірибенің барлық түрі)

6B04104 «Digital маркетинг» бағыты оқу және кәсіптік тағылымдамадан өтуді қамтамасыз етеді.

Оқу тәжірибесі базалық пәндер циклінде 2 кредит көлемінде және кәсіптік (өндірістік, диплом алдындағы) – 10 кредит көлемінде жоспарланады.

Университет 6B04104 «Digital маркетинг» бағыты бойынша оқитын студенттерге кәсіптік тәжірибеден өту үшін кәсіпорындармен келісім-шарт құрылған. Білім беру бағдарламасының студенттері үшін кәсіптік тәжірибе нысандары ұлттық компаниялар, мемлекеттік органдар, акционерлік қоғамдар, ірі ауылшаруашылық кәсіпорындары ж.т.б. Олардың ішінде «ALVI» ЖШС, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Экономикалық зерттеу институты, Қазақстанның ақбас тұқымды республикалық палатасы ж.т.б. кәсіпорындар бар.

2.2. Білім алушылар туралы мәліметтер

Нарықтық талдаулар, бакалавриат білім беру деңгейіндегі студенттердің негізгі контингентін жалпы білім беретін мектептер мен колледждердің түлектері құрайтынын растайды, қысқартылған жеделдетілген білім беру үшін контингент колледж түлектерінен, сондай-ақ екінші жоғары білім алғысы келетін ЖОО түлектерінен құрылады.

Контингенттің сапасы ҰБТ және КТ нәтижелері бойынша, сондай-ақ «Алтын ақ» белгісінің, «Құрмет аттестатының» иегерлері, халықаралық және республикалық пәндік олимпиадалардың жеңімпаздары арасынан ж.т.б., осы БББ-на түсетіндердің жалпы контингентінің пайыздық қатынасымен анықталады.

Осы БББ жүзеге асырудың негізгі бәсекелестері, Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің БББ тізіміне сәйкес 6B040100 «Маркетинг (салалар бойынша)» мамандығын жүзеге асыратын, Есіл университеті болып табылады, сондықтан студенттер қауымының жылдық оқыту құны ескеріледі.

«Digital маркетинг» БББ-да барлығы 169 студент білім алуда, оның 60-ы мемлекеттік тілде, 109-ы орыс тілінде. Жалпы білім беру гранты бойынша – 8, келісімшарт негізінде – 161 студент (2023 жылғы 1 желтоқсандағы деректер).

2.3. БББ дамуының ішкі жағдайлары

6B04104 «Digital маркетинг» БББ енгізудің тиімділігін қамтамасыз ету үшін кафедра өз қарамағындағы материалдық-техникалық базаны пайдаланады: барлығы – 6 аудитория, оның ішінде дәрісхана – 1, аудитория – 3, компьютерлік сынып – 2.

Жалпы алғанда, студенттерді мамандық бойынша оқыту үдерісінде қолданылатын оқу аймағы санитарлық және өрт қауіпсіздігі нормаларына, «Жоғары оқу орындарының оқу-материалдық құндылықтары» нормативтік көрсеткіштеріне толығымен сәйкес келеді.

Құрылымы мен мазмұны бойынша білім беру бағдарламасына арналған ПОӘК тәжірибелік бағытты, пәнаралық көзқарасты ескере отырып және оқытудың мақсаты мен нәтижелерін ескере отырып құрастырылады, кредиттік оқыту технологиясы шеңберінде ПОӘК дайындауға қойылатын жалпы талаптарға сәйкес келеді.

Оқу-әдістемелік кешендердің даму деңгейі, білім алушыларды дайындауға қойылатын жалпы талаптарды, оқу үдерісін басқару мен қамтамасыз етуді ұйымдастыру технологияларын, жұмыс берушілердің талаптарын ескере отырып, білім алушыларды қорытынды аттестаттау мазмұны мен ұйымдастыруды реттейді.

2.2. Қоршаған социум сипаттамалары

Әріптес-жұмыс берушілер 6B04104 «Digital маркетинг» БББ енгізуге қатысады, олар барлық түрлерді ұйымдастыруды қамтамасыз етеді және жалпы осы бейіндегі мамандарды дайындауға қойылатын біліктілік талаптарына жауап береді. Кафедрада түлектерді кәсіптік оқыту, кәсіптік тәжірибеден өту және жұмысқа орналастыру мәселелері жұмыс берушілердің міндетті түрде қатысуымен шешіледі. Жыл сайын кафедрада коммерциялық құрылымдардың, банктердің, өндірістік кәсіпорындардың басшылары мен өкілдері қатысатын дөңгелек үстелдер өткізіледі. Кафедрада, түлектер жұмыс берушілермен, тәжірибелік қызметкерлермен кездесулер, «ABV1» ЖШС компаниясының, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Экономикалық зерттеулер институтының, «Қазақтың ақбас тұқымы» республикалық палатасының ж.т.б. өкілдерімен семинарлар ұйымдастырады, кафедраның бірлескен отырыстарын өткізеді. Жұмыс берушілер болашақ еңбек әрекеті үшін маңызды құзыреттіліктерді қалыптастыруды көздейтін БББ құрылымына жаңа элективті курстарды енгізу мақсатында студенттерді

оқытудың білім беру траекторияларын мерзімді түрде қарастырады.

2.2. Білім беру бағдарламасын жүзеге асыратын ПОҚ туралы ақпарат.

БВ04104 «Digital маркетинг» бойынша профессорлық-оқытушылар құрамы 35 оқытушыдан құрылған, оның ішінде 14 ғылым кандидаты, 4 PhD докторы, 1 ғылым докторы, 14 ғылым магистрі және 2 маман. БББ Ғылыми дәрежелік деңгейі 54% құрайды.

Кафедрада «Жоғары оқу орнының үздік оқытушысы» конкурсының жеңімпаздары – 3 оқытушы, халықаралық «Болашақ» стипендиясының иегерлері – 1 оқытушы, осы БББ бағытында арнайы курстарда сертификатталған оқытушылар қызмет атқарады, оқытушылар жыл сайын республикалық және халықаралық университеттерде, оқу орталықтары мен университеттерде, қорларда, кәсіпорындарда, «Атамекен» АЭС базасында біліктілігін арттыру курстарынан өтеді.

Бизнесті басқару және кәсіпкерлік саласында тәжірибелік тәжірибесі бар жекелеген тәжірибелі-оқытушылар тартылады.

Кафедрада ғылыми-педагогикалық кадрларды қалыптастыру білім беру бағдарламасына сәйкес PhD философия магистрлері мен докторларын даярлау арқылы жүзеге асырылады.

2.2. БББ жетістіктерінің сипаттамасы

1. БББ жұмыс берушілермен бірлесіп, «Астана ЛайнСервис» ЖШС, сондай-ақ бірқатар басқа жұмыс берушілердің тікелей қатысуымен құрылады.

2. «Digital маркетинг» БББ, Білім сапасын қамтамасыз ету агенттігімен аккредиттелген, НААР - 2019. АРТА рейтингінде «Digital Маркетинг» БББ келесі орындарды иеленді: 2020 жыл – 2 орын, 2021 жыл – 3 орын, 2022 жыл – 8 орын, 2023 жыл – 4 орын

3. БББ дамыту жоспары шешуге бағытталған мәселелердің сипаттамасы және оларды шешу қажеттілігінің негіздемесі.

Кафедра оқытушыларының гранттық және жобалық байқауларға, түрлі деңгейдегі инновациялық бағдарламаларға қатысуының төмен деңгейлігі; кафедра оқытушыларының шетелдік ғылыми бағдарламаларға белсенді қатысуының болмауы, ғылыми-зерттеу жұмыстарын шетелдік бірлескен орындаушылардың аз болуы; Web of Science, Scopus немесе РИНЦ библиографиялық деректер қорына енгізілген ғылыми жарияланымдарды шығаруға кафедра оқытушыларының қатысуы деңгейінің төмендігі.

4. Орындау мерзімдері мен кезеңдерін көрсете отырып, БББ дамыту жоспарының негізгі мақсаттары мен міндеттері

БББ дамыту жоспарының негізгі мақсаты – БББ әзірлеу әдістемесін жетілдіру және оның нарықта бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету

контекстінде БББ жүзеге асырудың тұрақтылығын қамтамасыз ету.

Тапсырмалар:

1. БББ мазмұнының еңбек нарығы мен жұмыс берушілердің талаптарына сәйкестігін қамтамасыз ету;

2. Осы БББ түлектерінің бәсекелестік артықшылықтарын анықтау мақсатында еңбек нарығы мен түлек моделін талдау негізінде кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыру.

3. Оқытудың барлық кезеңдерінде эксперимент аясында студенттің өз бетінше іздену және зерттеу әрекетіне алғышарттар жасау.

4. Толық, сапалы кәсіптік білім алу үшін жағдайды жақсарту және жақсарту.

5. БББ үшін тәуекелдердің әсерін азайту шаралары

- жетекші шетелдік университеттермен және ғылыми орталықтармен ғылыми ынтымақтастық пен серіктестікті кеңейту, ғылыми зерттеулерді жүргізуге жетекші шетелдік ғалымдарды тарту;

- ішкі академиялық ұтқырлықты дамыту үшін әзірленген білім беру бағдарламаларын жетілдіру;

- кафедраның профессорлық-оқытушылық құрамының университет өткізетін халықаралық білім көрмелері мен жәрмеңкелеріне қатысуы;

- Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындары арасындағы профессорлық-оқытушылық құрамның академиялық ұтқырлығының жоспарын әзірлеу;

- ағылшын тілі кафедрасының профессорлық-оқытушылық құрамын зерттеу;

- БББ оқу үдерісіне қатысуға шетелдік ғалымдарды шақыру

- студенттерді мақсатты түрде оқыту үшін, жетекші ғылыми-зерттеу институттарымен және ғылыми орталықтармен келісім-шарттар жасау.

6 Білім беру бағдарламасын дамыту бойынша шаралар жоспары

№	Шараның аты	Іс-жүзіне асыру мерзімі	Жауаптылар	Күтілетін нәтижелер	Ресурстық қамтамасыз етілуі
1	Еңбек нарығын және білім деңгейлерін (бакалавр, магистратура және докторантура) талдауды ескере отырып, «Digital маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша бітүші моделін талдау	Желтқсан, 2024	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Факультет кеңесінде бітүрушінің моделін бекіту	Қаржыландыру қажет емес
2	«Digital маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша жұмыс берушілердің, оқытушылар құрамының, студенттердің, кафедра түлектерінің қатысуымен элективті пәндер каталогын жаңарту.	Желтқсан, 2024	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Элективті пәндер каталогын бекіту	Қаржыландыру қажет емес
3	Ағылшын тілінен элективті курстарды әзірлеу және енгізу	Үздіксіз	Кафедра	Оқу үдерісіне ағылшын тіліндегі пәндерді енгізу	Қаржыландыруды қажет етеді
4	Еңбек нарығының сұранысына сай инновациялық технологияларды оқу үдерісіне енгізу.	Үздіксіз	Кафедра	Оқу үдерісіне жаңа технологияларды енгізу (енгізу актісі)	Қаржыландыруды қажет етеді
5	Оқу үрдісінде инновациялық технологияларды қолдану бойынша семинарлар мен дөңгелек үстелдер өткізу	Оқу жылында 2 рет	Кафедра	Дөңгелек стөлдер мен семинарлар	Қаржыландыруды қажет етеді
6	Негізгі және кәсіптік құзыреттердің дамуы мен еңбек нарығының сұраныстарына сәйкес, элективті пәндердің каталогтарын бақылау және жаңарту.	Оқу жылында 1 рет	Кафедра	Эксперттік қорытындылар	Қаржыландыруды қажет етеді
7	ҚР БҒМ РУМС ОМО ұсынымдары бойынша енгізілген БББ бойынша	Үздіксіз	ПОҚ	Оқу әдебиеті	Қаржыландыруды қажет етеді

	оқу, әдістемелік және ғылыми әдебиеттерді басып шығару.				
8	«Digital маркетинг» БББ енгізуді әдістемелік қамтамасыз етуді талдау	Желтоқсан, 2024	Кафедра меңгерушісі ПОҚ	Силлабус	Қаржыландыру қажет емес
9	Электрондық ресурстарды (МООС) әзірлеу және оларды БББ пәндерінің циклі үшін порталда орналастыру: негізгі және кәсіби (кемінде 2 курс)	Оқу жылының ағымында	Кафедра меңгерушісі ПОҚ	МООК курстары	Қаржыландыру қажет емес
10	Мазмұны бойынша курстардың (пәндердің) анықтамасы: - тәжірибеге бағытталған; - ғылыми компонент; - авторлық курс.	Қыркүйек, 2024	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Жұмыс берушілермен бірлесіп БББ мақұлдау және бекіту	Қаржыландыру қажет емес
11	Тәжірибешілер мен жұмыс берушілерді «Digital маркетинг» БББ кемінде 5 кредит көлемінде академиялық пәндерді оқытуға белсенді тарту	Үздіксіз	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Тәжірибе мамандары	Қаржыландыруды қажет етеді
12	Өндіріс пен бизнестен жаңа серіктестерді тарту арқылы жұмыс берушілердің деректер базасын кеңейту, оны жүзеге асырудың тиімділігі үшін қолданыстағы шарттарды бақылау	Үздіксіз	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Тәжірибе мамандары	Қаржыландыруды қажет етеді
13	Білім беру бағдарламаларын әзірлеуге және іске асыруға сараптама жүргізуге әлеуметтік серіктестер мен жұмыс берушілерді тарту	Үздіксіз	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Тәжірибе мамандары	Қаржыландыруды қажет етеді
14	Coursera платформасындағы курстарды оқу үдерісіне қосу	Үздіксіз	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	Жаңа білім мен дағдылар, еңбек нарығындағы бәсекеқабілеттілікті арттыру	Қаржыландыруды қажет етеді

				және кәсіби қабілеттерді кеңейту	
15	Өлеуметтік серіктестер мен жұмыс берушілерді білім беру бағдарламаларын әзірлеуге, сараптауға және жүзеге асыруға тарту	Үздіксіз	Кафедра меңгерушісі БББ жетекшілері	БББ жетілдіру және жаңарту	Қаржыландыру қажет емес

7. БББ дамыту жоспарын жүзеге асыру механизмі

БББ дамыту жоспарын іске асыру механизмі осы БББ дамыту жоспарын іске асыру бойынша негізгі міндеттер мен іс-шараларды ескере отырып айқындалады.

8. БББ дамыту жоспарын іске асырудың әлеуметтік-экономикалық тиімділігін бағалау

Білім беру бағдарламасын дамыту жоспарын жүзеге асыру кезінде мынадай жайлар тиімді болып саналады:

- ТОП-500 Р8 рейтингіне енген алыс және жақын шетелдердің ЖОО-мен меморандум жасасу мүмкіндігі;
- Қазақстаннан ғана емес, сонымен қатар көршілес елдерден (Орталық Азия) студенттер контингентін қалыптастыру;
- БББ мазмұны аясында заманауи оқу, ғылыми-зерттеу және зертханалық база құру;
- шет мемлекеттердің жетекші кәсіпорындарының базасында кәсіби тәжірибені ұйымдастыру мүмкіндігі;
- заманауи талаптар деңгейінде магистратура және докторантура (РИВ) арқылы жоғары білікті ғылыми кадрларды дайындау.

9. Оқу деңгейі бойынша БББ түлегінің моделі – бакалавр деңгейі

«Digital маркетинг» білім беру бағдарламасының дипломдық моделі нарықтың негізгі субъектісі ретінде болашақ маркетингшіге қажетті құзыреттерді дамытуға бағытталған.

Кәсіби құзыреттіліктер

Кәсіби құзыреттіліктер

«Digital маркетинг» бакалаврлары келесі кәсіби құзыреттерге ие:

Мыналар бойынша түсінігі болуы тиіс:

- маркетингтік ойлауды, ақпаратты жалпылау, талдау, қабылдау, мақсат қою және оған жету жолдарын таңдау қабілетін дамыту;
- таңдалған қызмет саласында қолданылатын ұйымдастырушылық және басқарушылық маркетингтік шешімдерді таба білу және олар үшін жауапкершілікті алуға дайын болу;
- өзінің болашақ мамандығының әлеуметтік маңыздылығын сезіну, кәсіби қызметті орындауға ынтықтанып жатқанының жоғары болуы;
- қазіргі ақпараттық қоғамның дамуындағы ақпараттың мәні мен маңызын түсіну, осы үдерісте туындайтын қауіптер мен қауіптерді тану, ақпараттық қауіпсіздіктің, оның ішінде мемлекеттік құпияларды қорғаудың негізгі талаптарын сақтау;
- ақпаратты алудың, сақтаудың, өңдеудің негізгі әдістерін, әдістері мен құралдарын меңгеру, ақпаратты басқару құралы ретінде компьютермен жұмыс істеу дағдыларына ие болу;

- ғаламдық компьютерлік желілерде ақпаратпен жұмыс істей білу;
- кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасын талдау негізінде жиналған мәліметтерді өңдеу және интерпретациялау, қызметтің әртүрлі салаларында және салаларында маркетингті басқару саласында сараптамалық қорытындылар мен ұсыныстар дайындау мүмкіндігі;
- маркетинг қызметінің жұмысын ұйымдастыруды зерттеу бойынша жұмысты жоспарлау және жүргізу қабілеті.

Білуі тиіс:

- халық шаруашылығы саласындағы негізгі ілімдерді;
- әртүрлі салалар мен қызмет салаларындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру ерекшеліктерін;
- қызметтің кейбір салаларындағы маркетинг кешенінің ерекшеліктері;
- әртүрлі салалар мен қызмет салаларына арналған маркетингтік зерттеулердің ерекшеліктерін;
- өнімнің ерекшеліктері, баға белгілеу, бөлу және кәсіпорынның таңдалған сала немесе қызмет саласындағы байланыс саясаты;
- салалар мен қызмет салаларындағы маркетингтік стратегияларды және маркетингті басқаруды әзірлеу тәсілдері.
- халықаралық сауданы реттеу әдістері, Қазақстандағы валюталық реттеу және бақылау жүйесі.

Иемденуі тиіс:

- қызметтің жекелеген салаларында нақты практикалық мәселелерді шешу үшін классикалық маркетингтің теориялық принциптерін, идеяларын және әдістерін қолдану;
- ішкі және сыртқы ортаны талдау негізінде компанияның нарықтағы жағдайын жақсарту перспективалары туралы тиімді шешімдер қабылдау;
- қолданбалы есептерді шешу үшін қазіргі заманғы маркетингтің негізгі теорияларын пайдалану;
- белгілі бір қызмет саласында нарықтық конъюнктура негізінде компания үшін оңтайлы стратегияны таңдау үшін алған білімдерін қолдану.

Меңгеруі тиіс:

- қоғамның дамуы, мәдениеттердің, өркениеттердің сан алуандығы, әлеуметтік тәжірибе формалары, Қазақстанның әлемдік тарихи үдерістегі орны туралы білім;
- нарықтық жағдайды бағалаудың заманауи әдістері;
- жекелеген салалар мен қызмет салаларында маркетингті қолданудың нақты ерекшеліктері мен мақсаттарына қатысты кәсіпорынның нарықтық кеңістіктегі жағдайын талдаудың негізгі әдістерін;
- әртүрлі салалық нарықтардағы кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасын талдау дағдылары;
- қолданбалы маркетинг мәселелерін шешудің ақпараттық технологиялары.
- халықаралық коммерциялық мәмілелерді жүзеге асыру, сатып алу-

сату шарттарын жасасу және жүргізу тәжірибесі

- дағдылары бар;
- нақты нарықта маркетингтік зерттеулерді дербес ұйымдастыру және жүргізу, нәтижелерді талдау және түсіндіру;
- маркетинг мәселелерін және нақты нарықтық жағдайларды талдау;
- стратегиялық және тактикалық сипаттағы маркетингтік бағдарламалар мен жоспарларды құрастыру.

Құзыретті болуы:

- арнайы маркетингтік терминология мен мамандық лексикасын қолдануда;
- ауылшаруашылық ұйымдарында қойылған маркетингтік міндеттерді шешуге қажетті деректерді жинау, талдау және өңдеуде;
- ауыл шаруашылығы ұйымдарында маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыруда және өткізуде;
- ауыл шаруашылығы ұйымдарында маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды дайындау және жүзеге асыруда;
- ауыл шаруашылығы ұйымдары қызметінің әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерінің өзгеру тенденцияларын анықтай отырып, әлеуметтік-экономикалық үдерістер мен құбылыстар бойынша маркетингтік мәліметтерді талдау және түсіндіру.

«Менеджмент және маркетинг»
кафедрасының меңгерушісі

Қарабасов Р.А.