

Онлайн-заседание Учебно-  
методического объединения РУМС

**NARXOZ**  
UNIVERSITY

# X ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: МЕТОДИКИ, ПАРАДИГМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Секция «Маркетинг и реклама»

# ПОВЕСТКА

---

1. Специфика формирования результатов обучения по образовательной программе «Маркетинг» и их презентация (магистратура) – модератор Дюсембекова Ж.М., к.э.н., асс. профессор НОД «Менеджмент и маркетинг», руководитель секции, Университет Нархоз

2. Коллаборация высших учебных заведений в контексте модели «Тройной спирали»: возможности и опыт Казахстана – Нурпеисова А.А., к.э.н., асс. профессор НОД «Менеджмент и маркетинг», Университет Нархоз

3. Білім беру сапасын арттыру мақсатында «Маркетинг» бағыты бойынша жобалық оқыту технологиясын қолдану тәжірибесі – Байжаксынова Г.К. «Менеджмент және маркетинг» ҒБД э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Нархоз университеті

# 1 СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ «МАРКЕТИНГ» И ИХ ПРЕЗЕНТАЦИЯ (МАГИСТРАТУРА)

1. Учет Дублинских дескрипторов, EQF, Национальных рамок квалификаций, отраслевых рамок, ПС

2. Изучение профессиональных стандартов НПП РК «Атамекен»

3. Свод трудовых функций по ПС НПП РК «Атамекен»

4. Определение компетенции согласно трудовым функциям ПС

5. Разработка результатов обучения

6. Определение дисциплин для достижения РО

7. Формулирование цели ОП

# Источник: Скиба М.А. Проектирование и оценка результатов обучения: Европейский подход (27.04.2019)

№	Общие компетенции	Предметные компетенции
1	<p>Способность к планированию и организации</p>	<p>Влиять на социальную политику через анализ и оценку социальных процессов на основании исследований и практики в социальной работе и других предметных областях</p>
2	<p>Планирует комплексную деятельность, состоящую из взаимосвязанных задач.</p> <p>В зависимости от изменения ситуации регулирует планы в процессе реализации деятельности.</p> <p>Планирует этапы деятельности, оценивая риски неизвестных ситуаций.</p>	<p>Объясняет движения и инициативы, направленные на уменьшение социальных исключений и обеспечение социальной справедливости.</p> <p>Критически оценивает различные системы социальной помощи на основе анализа эффективности предоставляемых услуг.</p>

# Источник: Скиба М.А. Проектирование и оценка результатов обучения: Европейский подход (27.04.2019)

ЗНАНИЕ	ПОНИМАНИЕ	ПРИМЕНЕНИЕ	АНАЛИЗ	СИНТЕЗ	ОЦЕНКА
Цитировать	Ассоциировать	Применять	Анализировать	Устраивать	Оценивать
Считать	Классифицировать	Вычислять	Оценивать	Формировать	Выбирать
Определять	Сравнивать	Классифицировать	Подсчитывать	Собирать	Сравнивать
Рисовать	Вычислять	Демонстрировать	Категорировать	Составлять	Критиковать
Идентифицировать	Противопоставлять	Определять	Классифицировать	Строить	Определять
Перечислять	Различать	Инсценировать	Сравнивать	Создавать	Проводить оценку
Называть	Обсуждать	Нанимать	Дебатировать	Разрабатывать	Определять качество
Выделять	Распознавать	Проверять	Составлять диаграмму	Формулировать	Давать оценку
Ссылаться на	Оценивать	Иллюстрировать	Дифференцировать	Интегрировать	Давать суждение
Читать	Объяснять	Интерпретировать	Различать	Управлять	Измерять
Декламировать	Выражать	Размещать	Проверять	Организовывать	Ранжировать
Записывать	Экстраполировать	Управлять	Экспериментировать	Планировать	Определять категорию
Повторять	Интерполировать	Упорядочивать	Определять	Подготавливать	Рекомендовать
Выбирать	Размещать	Практиковать	Инспектировать	Предписывать	Перепроверять
Утверждать	Предсказывать	Докладывать	Составлять список	Производить	Определять балл
Табулировать	Докладывать	Реструктурировать	Задавать вопрос	Предлагать	Выбирать
Говорить	Переформулировать	Составлять график	Разделять	Определять	Стандартизировать
Отслеживать	Пересматривать	Делать набросок	Обобщать	Синтезировать	Тестировать
Подчеркивать	Говорить	Решать	Тестировать	Писать	Проверять
	Переводить	Переводить	Доказывать		
		Использовать			
		Писать			

# Формулирование компетенций магистра на основе изучения трудовых функции ПС НПП РК «Атамекен»

---

ПС «Деятельность в сфере анализа рынков»

ПС «Маркетинг инновационной продукции/услуг»

ПС «Коммерциализация инновационного проекта»

ПС «Сопровождение инновационного проекта»

ПС «Мониторинг производства инновационной продукции/услуг»

ПС «Туризм»

ПС «Организация деловых/бизнес поездок и MICE услуг»

ПС «Продвижение туристского продукта»

ПС «Бизнес аналитики и управление проектами ИТ»

ПС «Управление туристским предприятием»

ПС «Управление отелем» и др.

# Формулирование компетенций магистра на основе изучения трудовых функции ПС НПП РК «Атамекен»

---

- Разработка методики исследования конъюнктуры внутреннего и мирового рынка
- Управление маркетингом инноваций
- Управление потребительской ценностью на основе концепции стратегического маркетинга
- Управление цифровым маркетингом, электронной коммерцией и логистикой
- Управление конкурентными преимуществами компании на принципах устойчивого маркетинга

# Результаты обучения по ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

**РО 1:** Способен применять на профессиональном уровне свои знания, понимания и способности для комплексного выявления неструктурированных проблем и предлагать пути их решения в условиях неопределенности и/или новой среде

**РО 2:** Способен применять методологии научных исследований для анализа и синтеза разнообразной и неполной информации, выявляя сильные и слабые связи, а также решая актуальные исследовательские задачи в маркетинге и формулируя суждения с учетом социальных, этических и научных соображений решения в условиях неопределенности и/или новой среде

**РО 3:** Способен руководить обучением, ясно, однозначно и последовательно излагая самостоятельно систематизированные теоретические знания, используя методику преподавания и опыт работы в сфере маркетинга, творчески трансформируя свой практический опыт и результаты исследований, выбирая современные методики и технологии организации учебного процесса



## Результаты обучения по ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

**РО 4:** Способен устно и письменно представлять в профессиональной и непрофессиональной аудитории обоснованные самостоятельные заключения/суждения и аргументировать их, идеи, проблемы и решения

**РО 5:** Способен быть лидером организации, разрабатывая эффективную стратегию с учетом альтернативных возможностей развития и рисков, а также регулировать стратегии в зависимости от изменения ситуации в процессе достижения поставленных целей, применяя новейшие концепты, парадигмы и теоретические разработки в функциональных областях менеджмента, маркетинга и аналитике данных

**РО 6:** Формировать корпоративную и потребительскую культуру, включая управление знаниями, посредством развития лидерских качеств и стимулирования самонаправленного обучения среди работников, и культуру осознанного потребления

## Результаты обучения по ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

**РО 7:** Способен разрабатывать концепцию управления потребительской ценностью продукта и лояльностью клиентов и стейкхолдеров, оценивая риски непредвидимых ситуаций, в том числе для различных стадий стартапов

**РО 8:** Способен разрабатывать корпоративные маркетинговые планы и стратегии, обеспечивая создание и коммерциализацию инновационных проектов по запуску успешных продуктов и брендов

**РО 9:** Способен управлять процессом сбыта продукции и логистики, творчески применяя традиционные и инновационные инструменты цифрового маркетинга и электронной коммерции

## Результаты обучения по ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

**РО 10:** Способен разрабатывать комплексные стратегии продвижения, раскрывая в них потребительскую ценность продукта или партнерства, обеспечивая рост степени лояльности среди потребителей и всех заинтересованных сторон

**РО 11:** Способен управлять конкурентными преимуществами компании для развития его экспортного потенциала и выхода на глобальный рынок, используя результаты исследований конъюнктуры мирового рынка и этические нормы

# Дисциплины по ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

- ✓ Иностранный язык (профессиональный)
- ✓ История и философия науки
- ✓ Педагогика высшей школы
- ✓ Маркетинг-менеджмент
- ✓ Методика планирования маркетинга
- ✓ Современные технологии маркетинговых
- ✓ Инновационный маркетинг
- ✓ Бренд лидерство
- ✓ Управление маркетингом в индустрии сервиса
- ✓ Рекламный менеджмент
- ✓ Теория поведенческого маркетинга
- ✓ Интернет торговля
- ✓ Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
- ✓ Стратегический маркетинг
- ✓ Маркетинговое управление конкурентоспособностью компании

## Цель ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

**Цель ОП «Маркетинг»** - подготовка предприимчивых маркетологов, обладающих лидерским качеством, критическим мышлением, ценностями этической и социальной ответственности, способных управлять маркетинговой деятельностью и конкурентными преимуществами посредством современных инновационных методов, инструментов и цифровых технологий в условиях турбулентной среды, как на национальном, так и на глобальном рынках

# Учебный план ОП «Маркетинг» (магистратура)

---

**НАО "УНИВЕРСИТЕТ НАРХОЗ"**

**МАГИСТРАТУРА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 7М041 "БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ"**

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН МОДУЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
7М04118 "МАРКЕТИНГ"**

**Научно-педагогическое направление очная форма обучения 2 года обучения, набор 2020 года**

**Академическая степень: магистр экономических наук по образовательной программе 7М04118  
"Маркетинг"**

**Код ОП по Национальному реестру: 7М04100571**



Благодарю за внимание!