

Қазақстан Республикасы Ауал шаруашылық министірлігі
С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті

Университеттің Ғылыми кеңесінің
отырысында қаралды
№ 15 Хаттама
" 31 " 05 2019 ж.



БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ
«Маркетинг»

Білім беру саласының коды және жіктелуі: 8DM04 Бизнес, басқару және құқық

Дайындық бағыттарының коды мен жіктелуі: 8D041 Бизнес және басқару

Білім берудің Халықаралық стандартты жіктемесінің коды: 0410

Біліктілігі: 8D041 «Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша PhD
философия докторы

Оқу мерзімі: 3 жыл

Нұр-Сұлтан, 2019

Авторлық ұжым:

1. Рүстембаев Базархан Ергешұлы –э.ғ.д., профессор, С.Сейфуллин атындағы ҚазАТУ, «Маркетинг» кафедрасының меңгерушісі
2. Қасқатаев Нұрлан Мейрамбекұлыч –э.ғ.к, С.Сейфуллин атындағы ҚазАТУ, «Маркетинг» кафедрасының доценті
3. Нұртаева Жанара Шаншарқызы –э.ғ. м., С.Сейфуллин атындағы ҚазАТУ, «Маркетинг» кафедрасының аға оқытушысы
4. Муталляпова Шынар Елеусізқызы -э.ғ.к., С.Сейфуллин атындағы ҚазАТУ, «Маркетинг» кафедрасының доценті
5. Дарипбаева Сайрагуль Жексенбайқызы - С.Сейфуллин атындағы ҚазАТУ, «Маркетинг» кафедрасының аға оқытушысы
6. Дамбаулов Бейсенбай Бекішұлы –«Астана ЛайнСервис» ЖШС, директоры

Авторлық ұжым "С. Сейфуллин атындағы ҚАТУ" АҚ бұйрығымен бекітілген № 932-Н 12.12.2018 г., № 962-Н 28.12.2018 және № 964-Н 28.12.2018 г.

8D041 «Маркетинг» білім беру бағдарламасы

«Маркетинг және сервис» кафедрасының отырысында қаралды хаттама №8 «28» наурыз 2019 ж.,

Факультет Кеңесімен мақұлданды хаттама № 8 «19» сәуір 2019 ж.

Экономика факультетінің деканы м.а.



Айтхожин С.Қ.

Кафедра меңгерушісі



Рүстембаев Б.Е.

Мазмұны

№	Компонент атауы	Беттер
1.	Білім беру бағдарламасының паспорты	4
2.	Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы	5
3.	Түлектің құзыреттілік моделі (портреті)	6-8
4.	Кәсіптік тәжірибеден өту базасы	8
5.	Білім беру бағдарламасының құрылымы	9
6.	1-қосымша. Академиялық күнтізбе	10
7.	2-қосымша. Жұмыс оқу жоспары	11-12
8.	3-қосымша. Міндетті және ЖОО компоненті пәндерінің сипаттамасы	13-14
9.	4-қосымша. Таңдау компоненті пәндерінің сипаттамасы	15-18

1 Білім беру бағдарламасының паспорты

1.1 Білім беру бағдарламасының мақсаты: "Маркетинг" білім беру бағдарламасы бойынша PhD докторантураның білім беру бағдарламасының мақсаты кең іргелі білімі бар, еңбек нарығының өзгермелі талаптары мен қазіргі заманғы технологияларға бейімделген, жеке және командада жұмыс істей алатын жаңа формациядағы маркетинг маманын дайындау болып табылады.

Білім беру бағдарламасының міндеттері:

- жоғары деңгейлі дайындықтары бар докторанттардың теориялық және практикалық жеке дайындығын тереңдету;
- толыққанды және сапалы білім алу үшін жағдайларды қамтамасыз ету;
- білім алушыларда өзін-өзі жетілдіру және өзін-өзі дамыту қабілетін, заманауи білімді өз бетінше шығармашылық игеру дағдысының қажеттілігін қалыптастыру.

Аталған білім беру бағдарламасы жоғары деңгейдегі мамандарды жоғары азаматтық ұстанымы, кәсіби мәдениеті, кәсіби біліктілігі бар мамандарды дайындауға мүмкіндік бере отырып, практикамен байланысты күшейтеді.

Докторанттардың экономиканың қазіргі заманғы бағыттары, маркетингтік және коммерциялық қызмет бойынша білім берудің жеке траекториясын таңдау мүмкіндігі, оқу процесін мобильді икемді жоспарлау үшін жағдай жасауға, білім алушыларда өзін-өзі жетілдіру және өзін-өзі дамыту қабілетін қалыптастыруға, заманауи білімді өз бетінше шығармашылықпен меңгеруге, халықаралық деңгейде кәсіби ұтқырлыққа кепілдік беретін ғылым түйісуінде іргелі курстарды меңгеруге мүмкіндік береді.

2 Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы (өзектілігі, ерекшеліктері, бәсекелестік артықшылықтары, бірегейлігі, стейкхолдерлер және т. б.).

Докторантураның білім беру бағдарламаларын меңгеруге ниет білдірген тұлғалардың алдыңғы ең төменгі білім деңгейі (ғылыми-педагогикалық бағыт):

- кең ой-өрісі мен ойлау мәдениеті бар жоғары білімді тұлғаны қалыптастыруға ықпал ететін жаратылыстану-ғылыми (әлеуметтік-гуманитарлық және экономикалық) пәндер бойынша базалық білімді меңгеру;

- маркетинг саласындағы міндеттерді қалыптастыру және іс жүзінде шеше білу;

- кәсіби қызмет саласында ақпараттық технологияларды қолдана білу,

- зерттеу қызметінің дағдыларын меңгеру;

- кәсіби қызмет үшін және магистратурада білімін жалғастыру үшін қажетті жаңа білім алу дағдыларын меңгеру.

Қазіргі әлемде әрбір кәсіпорын нарықты үнемі зерттеп, нарықтық мүмкіндіктерді талдап, тұтынушыдан сұраныс алуы үшін оған қандай өнім өндіру қажет екенін таңдау қажет. Кәсіпорын басшылығы өз қызметін нарық талаптарына және тұтынушының сұраныстарына сәйкес жүзеге асырады. Руководство предприятия всегда осуществляет свою деятельность в соответствии с требованиями рынка и запросами потребителя.

Білім беру бағдарламасының артықшылықтары:

- дайындық қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде жүргізіледі;

- оқытудың интерактивті әдістерін қолдану (интерактивті дәрістер, кейс-стади, рөлдік және іскерлік ойындар, презентациялар және бизнес-жобалар);

- шет тілін тереңдетіп оқыту;

- жетекші компанияларда Ғылыми-зерттеу тәжірибесінен өту;

-- мамандарды жұмысқа орналастырудың жоғары пайызы.

Қазақстанда тауарлар мен қызметтер нарығының дамуын зерттеуге, жарнамаға, тауарлар мен қызметтерді нарыққа жылжыту стратегияларына және т.б. көп көңіл бөлінеді.

3 Түлектің құзыреттілік моделі (портреті)

3.1 Кәсіби қызмет ету салалары

Кәсіби қызмет саласы қамтиды:

– жоғары, жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру жүйесіндегі және ғылыми саладағы ғылыми қызметі;

- экономикалық ғылымдар магистрінің алған дәрежесіне сәйкес ағартушылық, танымдық және жоспарлы қызмет.

3.2 Кәсіби қызмет түрлері

Кәсіби қызмет түрлері:

1) экономикалық-басқару және ұйымдастыру-технологиялық салада:

- басшы лауазымдар, коммерциялық емес ұйымдардың мамандары;

- ақпараттық-талдау орталықтарының талдаушылары, консультанттары;

- отандық және халықаралық жобалардың сарапшылары;

- оқу-әдістемелік ұйымдардағы сарапшылар, кеңесшілер.

3.3 Жалпы білім беру құзыреті

Түсіну:

--ғылыми қызметті ұйымдастыру принциптері мен құрылымы;

- ғылыми нәтижелердің түрлері: бірлі-жарым факт, эмпирикалық жалпылау, модель, заң, теория және заңдылық;

- оқу үрдісінде магистранттардың танымдық іс-әрекетінің психологиясы.

Білу:

- қолданыстағы нормативтік-құқықтық базаларды ескере отырып, типтік әдістемелер негізінде көрсеткіштердің экономикалық, әлеуметтік-экономикалық есебін жүргізу;

- талдау жұмысының нәтижелерін жалпылау;

- зерттеу және басқару қызметін табысты жүзеге асыру;

- психология білімін өзінің кәсіби қызметінде қолдану;

– жаңа проблемалар мен жағдайларды шешуде креативті ойлау және шығармашылықпен қарау.

Меңгеру:

- зерттеу қызметі, стандартты ғылыми есептерді шешу;

- кәсіби қарым-қатынас және мәдениетаралық коммуникация;

- қойылған міндеттерге сәйкес Экономикалық деректерді өңдеу, алынған нәтижелерді негіздеу

3.4 Базалық құзыреттер

Түсіну:

- халық шаруашылығы саласындағы негізгі оқу-жаттығулар;

- әр түрлі салаларда және қызмет салаларында маркетингтік қызметті ұйымдастыру ерекшеліктері;

ерекшеліктері маркетинг кешенін кейбір қызмет салаларында;

– әр түрлі салалар мен қызмет салалары үшін маркетингтік зерттеулердің ерекшелігі;

- таңдалған сала немесе қызмет саласы кәсіпорнының тауарлық, баға, тарату және коммуникациялық саясатының ерекшеліктері;

- маркетингтік стратегияларды әзірлеу және қызмет салалары мен салаларында маркетингті басқару тәсілдері.

- халықаралық сауданы реттеу әдістері, Қазақстандағы валюталық реттеу және бақылау жүйесі.

Білу:

- жекелеген қызмет салаларында нақты практикалық міндеттерді шешу үшін классикалық маркетингтің теориялық ережелерін, идеяларын және әдістерін қолдану;

- ішкі және сыртқы ортаны талдау негізінде кәсіпорынның нарықтағы ұстанымдарын жақсарту перспективасы туралы тиімді шешімдер қабылдау;

- қолданбалы есептерді шешу үшін заманауи маркетингтің негізгі теорияларын қолдану;

- нақты қызмет саласындағы нарық конъюнктурасына сүйене отырып фирманың оңтайлы стратегиясын таңдау үшін алынған білімді қолдану.

Меңгеру:

- қоғамның дамуы, мәдениеттердің, өркениеттердің алуан түрлілігі, әлеуметтік тәжірибе нысандары, дүниежүзілік тарихи үдерістегі Қазақстанның орны туралы білім;

- нарықтық жағдайды бағалаудың қазіргі заманғы әдістерімен;

- нарықтық кеңістіктегі кәсіпорынның жағдайын ситуациялық талдаудың негізгі әдістері, қызметтің жекелеген салалары мен салаларында маркетингті пайдаланудың ерекше ерекшеліктері мен мақсаттарына қатысты;

- әр түрлі салалық нарықтарда Кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасын талдау дағдысы;

- қолданбалы маркетингтік міндеттерді шешу үшін ақпараттық технологиялар.

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

3.5 Кәсіби құзыреттер

"Маркетинг" мамандығы бойынша PhD докторантураның түлегі оқу үрдісінде келесі дағдыларды меңгереді:

- заманауи техникалық құралдарды пайдалана отырып, маркетингтік ақпараттарды алу, өңдеу және беру;

- маркетингтік қызмет стратегиясын әзірлеу;

- кешенді маркетингтік зерттеулер жүргізу;

- маркетингтік саясатты әзірлеу, ұйымдастыру және жүзеге асыру;

- заманауи маркетингтік технологияларды қолдану;

- халықаралық сапа стандарттарын және ISO халықаралық стандарттарын қолдану

4 Кәсіби тәжірибеден өту базасы (тәжірибенің барлық түрлері)

Ғылыми-зерттеу тәжірибесі «Астана ЛайнСервис» ЖШС, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Экономикалық зерттеулер институты, «КазАгроМаркетинг» АҚ, КазАгрофинанс, «Астана-Менеджмент» ЖШС, «Есиль-Агро» ЖШС, «Инком мебель» АҚ-де өтеді.

**5 Бейімдік бағыт бойынша магистратураның білім беру
бағдарламасының құрылымы**

№	Пәндер циклдерінің және қызмет түрлерінің атауы	Типтік оқу мерзімі 1 жыл жалпы еңбек сыйымдылығы	
		Академиялық сағаттарда	Академиялық кредиттерде
1	2	3	4
1	Теориялық оқыту	1590	53
1.1	Базалық пәндер циклі (БП)		
	ЖОО компоненті (ЖК)		
1)	Маркетингтік зерттеулер әдіснамасы	150	5
	Оқытудың проблемалық-бағытталған әдісі	150	5
2)	Таңдау бойынша компонент (ТК)		
	Ғылыми эксперимент әдіснамасы	150	5
3)	Педагогикалық тәжірибе	150	5
1.2	Кәсіптік пәндер циклы (КП)		
	ЖОО компоненті (ЖК)		
1)	Инновациялық стратегиялар мен тәуекелдер	300	10
	Білім беру қызметінің маркетингі	150	5
2)	Таңдау бойынша компонент (ТК)		
	Маркетингтік зерттеулердегі қолданбалы әдістер	150	5
3)	Зерттеу тәжірибесі	390	13
2	Ғылыми-зерттеу жұмысы	3450	115
1)	Тағылымдамадан өтуді және магистрлік жобаны орындауды қоса алғанда, докторанттың ғылыми-зерттеу жұмысы	3450	115
3	Оқытудың қосымша түрлері		
4	Қорытынды аттестаттау (ҚА)	360	12
1)	Докторлық диссертацияны жазу және қорғау	360	12
	Жиыны	5400	180

Қосымша 1.

Қосымша 2

3-қосымша міндетті және ЖОО компоненттері пәндерінің сипаттамасы

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Маркетингтік зерттеулер әдіснамасы
2. Кредиттер саны	5
3. Пререквизиттер:	Маркетинг, маркетингтік зерттеулер
4. Постреквизиттер:	Маркетингтік зерттеулердегі қолданбалы әдістер, докторанттың ғылыми-зерттеу жұмысы
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну: Ақпараттық-талдау материалдарын дайындауға қойылатын талаптар; ақпаратты жинау, беру, өңдеу және жинақтау әдістері мен процестері; негізгі нарықтық көрсеткіштерді есептеу тәсілдері; маркетингтік зерттеулерде қолданылатын статистикалық әдістердің түрлері.</p> <p>Білу: ақпараттық - аналитикалық материалдарды дайындау; маркетингтік зерттеулерде қолданылатын статистикалық әдістердің нәтижелерін түсіндіру; маркетингтік ақпаратты алу әдістерін негізді таңдау;</p> <p>Меңгеру: маркетингтік және басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін нақты ұсыныстар түрінде математикалық әдістерді қолдану нәтижелерін интерпретациялау дағдысы; - маркетингтік ақпаратты жинаудың негізгі құралдарын пайдалану дағдысы; маркетингтік зерттеу деректерін өңдеу және жүйелеу дағдысы; маркетингтік зерттеулердің негізгі құралдарын пайдалану және маркетингтік ақпаратты талдау дағдысы.</p>
6. Курс авторы	Абуов К.К.
7. Әдебиеттер	<p>1. Кобзарь, А.И. Прикладная математическая статистика. Для инженеров и научных работников. М. : Физматлит, 2012</p> <p>2. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований: учебное пособие. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. Агалаков, С.А. 3.</p>
8. Курс мазмұны.	<p>Маркетингтік зерттеулердің негізгі ұғымдары, принциптері мен түрлері. Маркетингтік зерттеулердің құқықтық және этикалық негіздері. Маркетингтік ақпарат: түсініктер, түрлері, жұмыс ерекшеліктері. Ақпаратты жинау әдістері. Маркетингтік зерттеулер процедурасы. Маркетингтік зерттеу есебін қою. Маркетингтік зерттеу бағдарламасын әзірлеу. Зерттеуді жүзеге асыру. Далалық персоналдың жұмысын дайындау және бақылау. Ақпаратты өңдеу және талдау. Қарапайым және айқас табулирование. Қорытынды кестелерді жобалау. Орташа дисперсиялық және ковариациялық талдау статистикасы. Корреляциялық және регрессиялық талдау. Факторлық және кластерлік талдау</p>

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Инновациялық стратегиялар мен тәуекелдер
2. Кредиттер саны	10
3. Пререквизиттер:	Маркетингтік зерттеулер әдіснамасы
4. Постреквизиттер:	Докторлық диссертацияны жазу
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну:</p> <ul style="list-style-type: none"> - негізгі экономикалық теориялар, заңдар және Санаттар, - үрдістерді басқарудың негізгі компоненттері мен кезеңдері, - басқару үдерістері тұжырымдамаларының даму тенденциялары <p>білу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ұйым мен өндірістің сыртқы және ішкі ортасын талдау, - тиімді бәсекелестік стратегияларды қолдану, - компанияда басқару жүйесіне талдау жүргізу және басқару мәселелерін анықтау, <p>меңгеруі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - басқару үдерістерін талдау әдістемесі, - нарықта ұзақ мерзімді бәсекелестік артықшылықтарды қалыптастыру мақсатында ұйымды және процестерді басқарудың онтайлы стратегиясын
6. Автор курса	Тайбасаров Ж.К.
7. Основная литература	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теория процессного управления: Монография/Ю.В. Ляндау, Д.И. Стасевич. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. 2. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник/В.Г. Елиферов, В.В. Репин; Институт экономики и финансов "Синергия". - М.: НИЦ ИНФРА-М 3. Методы менеджмента качества. Процессный подход/П.С. Серенков, А.Г. Курьян, В.П. Волонтей. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2014.
8. Содержание курса	<p>Нарықтық қатынастар жүйесіндегі өнім сапасын басқарудың орны мен рөлі. Өнімнің сапасын қамтамасыз ету және сапасын басқару принциптері. Өнім сапасын қамтамасыз ету әдістерінің эволюциясы. Сапаны басқару функциялары. Өнімнің сапасын өлшеудің негізгі әдістері. Өнімнің сапасын бағалаудың процедурасы мен әдістері. Тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігі кәсіпорын пайдасының шарасы ретінде. Сапаны бақылау және басқарудың статистикалық әдістері. Қазақстан Республикасындағы сертификаттаудың құқықтық негіздері.</p>

4-қосымша. Таңдау компоненті пәндерінің сипаттамасы

Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Ғылыми эксперимент әдіснамасы
2 Кредиттер саны	5
3.Пререквизиттер:	Маркетингтік зерттеулердің заманауи әдістері, сапа және бәсекеге қабілеттілік
4.Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу
5.Құзыреттер:	<p>Түсіну</p> <ul style="list-style-type: none"> -ғылыми таным тәсілдері туралы оқу ретінде ғылым әдіснамасының ерекшеліктері; -ғылыми зерттеулердің әдіснамалық және теориялық негіздері, зерттеу қызметін ұйымдастыруға қойылатын талаптар; -ғылыми танымның құралдары мен әдістері, ғылыми экспериментті жүргізудің ерекшеліктері мен тәсілдері; ғылыми нәтижелердің шынайылығын негіздеу үшін қажетті объективті ақпарат алу тәсілдері; - практикалық қолдану үшін зерттеу нәтижелерін ұсыну формалары. <p>Білу</p> <ul style="list-style-type: none"> -ғылыми зерттеулер нәтижелерінің өзектілігі мен жаңалығын, теориялық және практикалық маңыздылығын негіздеу; -ғылыми зерттеулер жүргізуді жоспарлау; зерттеудің ғылыми әдістерін қолдану; - зерттеу нәтижелерін өңдеуді жүзеге асыру, алынған нәтижелерді ресімдеу. <p>Меңгеруі</p> <ul style="list-style-type: none"> - ғылыми зерттеулерді ақпараттық қамтамасыз ету дағдылары; - ғылыми зерттеуді жобалау, жоспарлау және іске асыру, ғылыми зерттеу нәтижелерін ұсыну және оларды практикалық пайдалану дағдылары.
6 Курс авторы	Карабасов Р.А.
7 Әдебиеттер	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современные средства оценивания результатов обучения, Звонников, В. И.; Чельшкова, М. Б., 2008г. 2. Основы научных исследований/Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум, 2009. 3. Землянская Е.Н. Исследовательская и педагогическая практика магистрантов/Землянская Е.Н., Ковригина Л.П., Ситниченко М.Я. - М: Прометей, 2011 4. Кукушкина В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): Учебное пособие/В.В. Кукушкина. - М.: ИНФРА-М, 2011.
8. Пәннің мазмұны	Ғылыми таным методологиясы. Ғылыми зерттеуді жоспарлау және жүргізу. Ғылыми зерттеулер. Ғылыми зерттеу түрлері. Іргелі және қолданбалы зерттеулер, әзірлемелер. Ғылыми таным процесі. Эмпирикалық факт, бақылау, ғылыми факт, эксперимент және нәтижелерді бекіту. Гипотезаны қалыптастыру және тексеру. Жаңа ұғымдарды қалыптастыру. Заңдылықтарды анықтау, теорияны құру. Ғылыми білімнің ақиқат критерийлері. Модельдеу ғылыми зерттеу әдісі ретінде.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:

Пән атауы	Маркетингтік зерттеулердегі қолданбалы әдістер
2. Кредиттер саны	5
3. Пререквизиттер:	Маркетинг-менеджмент, Қоғаммен байланыс технологиясы
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну: әртүрлі деңгейдегі және әр түрлі салалардағы қоғамның дамуының қазіргі заманғы мәселелерін; қоғам дамуының экономикалық, әлеуметтік, рухани заңдылықтарын, сонымен қатар әртүрлі әлеуметтік топқа жататын адамдардың өзара іс - қимылының әлеуметтік-психологиялық заңдылықтарын білу; маркетингтік зерттеудің зерттеу, қолданбалы және практикалық міндеттерін шешу үшін қазіргі заманғы нарықтық мәселелерді шешу.</p> <p>Білу: маркетингтік ақпаратты жинау және талдаудың социологиялық және статистикалық әдістерін (МАЖ); тұлғааралық және мәдениетаралық коммуникацияның әлеуметтік-психологиялық және психологиялық дағдыларын; әлеуметтік зерттеудің әдіснамасы мен әдістемесі туралы білімді жүзеге асыруға негізделген маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдыларын меңгеру, олардың түрлері маркетингтік зерттеулер болып табылады.</p> <p>Меңгеруі керек: маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін алынған білімді пайдалану; маркетингтік ақпаратты алу және талдаудың аспаптық технологияларын практикада әзірлеу және жүзеге асыру.</p>
6. Курс авторы	Каскатаев Н.М.
7. Әдебиеттер	<p>1. В.В. Салий, А.В. Наумова. Директ-маркетинг в среде тотальной коммуникации.//Энциклопедия маркетинга . - 31.05.2010.</p> <p>2. Ю. Фуколова. Директ-маркетинг подводит покупателя к товару//Институт проблем предпринимательства. - 20.04.2006.</p>
8. Пәннің мазмұны	<p>Маркетингтік зерттеулердің мақсаттары, міндеттері, негізгі бағыттары, кезеңдері мен түрлері. Зерттеу объектілері. Маркетингтік ақпарат: түрлері, көздері, таңдау критерийлері, ақпаратты жинау, өңдеу және талдау әдістері. Маркетингтік зерттеу жоспарын әзірлеу. Маркетингтік зерттеулердің түрлері мен әдістері. Маркетингтік ақпаратты өңдеу және талдау. Салалар бойынша ұйымдардың тауарлар (қызметтер) нарықтарының маркетингтік зерттеулері.</p>

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Оқытудың проблемалық-бағытталған әдісі
2. Кредиттер саны	5
3. Пререквизиттер:	Сапа және бәсекеге қабілеттілік, Маркетинг-менеджмент
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну:</p> <ul style="list-style-type: none"> - заманауи білім беру технологияларының ерекше белгілері, - білім беру технологияларының сапалы ерекшелігі,

	<p>-заманауи білім беру технологияларын қолданудың шекарасы мен шарттары, қолдану әсері, - заманауи білім беру технологияларын жобалаудың теориялық аспектілері.</p> <p>Білу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - заманауи білім беру технологияларының мүмкіндіктері мен әлеуетін ғылыми талдауды жүзеге асыру ;, - білім беру технологияларын жобалау әдістемесін қолдану, - кең білім беру тәжірибесінде заманауи білім беру технологияларын қолдану. <p>заманауи технологияларды таңдау, іске асыру және жобалау қабілетін, білім беру процесінің өзекті мақсаттары мен міндеттерін көрсету.</p>
6. Курс авторы	Карабасов Р.А.
7. Әдебиеттер	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. – М., 2011. 2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М., 2005. 3. Белов А. Теория и практика связей с общественностью: Учебное пособие. - СПб., 2005.
8. Пәннің мазмұны	<p>Әлеуметтік феномен ретінде қоғаммен байланыс. Әлемдік кеңістікте паблик рилейшнздің қалыптасуы мен дамуы. Қазақстандағы рилейшнз пабликының қалыптасуы. PR-маманның кәсіби мәртебесі мен міндеттері. Зерттеулер жұртшылықпен байланыс құрудың бастапқы кезеңі ретінде. PR-қызметті стратегиялық жоспарлау. Жаңалықтар материалдарын беру формалары мен құралдары. Саяси саладағы жұртшылықпен байланыс. Дағдарыстық жағдайларда Паблик рилейшнз. Корпоративтік имидж және ұйымшiлiк паблик рилейшнз. Internet паблик рилейшнз. PR процедуралық технологиялар: фасилитация және медиация.</p>

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Білім беру қызметінің маркетингі
2. Кредиттер саны	5
3. Пререквизиттер:	Ғылыми зерттеулердің заманауи әдістері, Басқару психологиясы
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну:</p> <ul style="list-style-type: none"> - заманауи білім беру технологияларының ерекше белгілері, - білім беру технологияларының сапалы ерекшелігі, - заманауи білім беру технологияларын қолданудың шекарасы мен шарттары, қолдану әсері, - заманауи білім беру технологияларын жобалаудың теориялық аспектілері. <p>Білу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - заманауи білім беру технологияларының мүмкіндіктері мен әлеуетін ғылыми талдауды жүзеге асыру ;, - кең білім беру тәжірибесінде заманауи білім беру технологияларын қолдану. <p>Меңгеру</p> <ul style="list-style-type: none"> - заманауи технологияларды таңдау, іске асыру және жобалау

	қабілетін, білім беру процесінің өзекті мақсаттары мен міндеттерін көрсету.
6. Курс авторы	Тайбасаров Ж.К.
7. Әдебиеттер	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полат, Е. С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: учебное пособие для вузов/Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина. – М.: Академия, 2007. 2. Селевко, Г. К. Педагогические технологии на основе дидактического и методического усовершенствования УВП/Г. К. Селевко. – М. : НИИ школьных технологий, 2005. 3. Селевко, Г. К. Энциклопедия образовательных технологий : учебно–методическое пособие: в 2 т. – 2006.
8. Пәннің мазмұны	Білім берудегі технологиялық тәсілдің теориялық негіздері. Заманауи білім беру технологияларын таңдау мәселесі, құрылымы мен ерекшеліктері. Заманауи білім беру технологияларын жобалау. Оқыту технологиялары, білім беру процесі субъектілерінің әлеуетін өзектендіру, білім беру процесі субъектілерінің ақпараттарымен жұмыс істеу технологиялары, сараптамалық-бағалау технологиялары.