

Рассмотрено на заседание совета
экономического факультета
Протокол № 7
« 14 » _____ 2023 г.



УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета
Нурмухаметов Н.Н.
« _____ » _____ 2023 г.

ПЛАН РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 8D04105 – «Маркетинг»

Аналитическое обоснование программы. Целью образовательной программы PhD докторантуры по образовательной программе «Маркетинг» является подготовка специалиста маркетолога новой формации, обладающего широкими фундаментальными знаниями, инициативного, адаптивного к меняющимся требованиям рынка труда и современных технологии, умеющего работать как индивидуально, так и в команде.

Задачами образовательной программы могут быть:

- углубление теоретической и практической индивидуальной подготовки докторантов, обладающих высоким уровнем подготовки;
- обеспечение условий для получения полноценного и качественного образования;
- выработка у обучающихся способности к самосовершенствованию и саморазвитию, потребности навыков самостоятельного творческого овладения современных знаний.

Данная образовательная программа усиливает связь с практикой, позволяя готовить специалистов высокого уровня с высокой гражданской позицией, профессиональной культурой, профессиональной компетентностью. Возможность выбора докторантами индивидуальной траектории образования по современным направлениям экономики, маркетинговой и коммерческой деятельности, дает возможность создать условия для мобильного гибкого планирования учебного процесса, выработать у обучающихся способность к самосовершенствованию и саморазвитию, воспитать потребность и навыки самостоятельного творческого овладения современными знаниями, освоить фундаментальные курсы на стыке наук, гарантирующие профессиональную мобильность на международном уровне.

Сведения об образовательной программе.

Предшествующий минимальный уровень образования лиц, желающих освоить образовательные программы докторантуры (научно-педагогическое направление предполагает:

- обладать базовыми знаниями по естественнонаучным (социально-гуманитарным и экономическим) дисциплинам, способствующим формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления;
- уметь формулировать и практически решать задачи в области маркетинга;
- уметь использовать информационные технологии в сфере профессиональной деятельности;
- владеть навыками исследовательской деятельности;
- владеть навыками приобретения новых знаний, необходимых для профессиональной деятельности и для продолжения образования в магистратуре.

В современном мире каждому предприятию необходимо постоянно изучать рынок, анализировать рыночные возможности, выбирать какую продукцию ему нужно производить, чтобы он пользовался спросом у потребителя. Руководство предприятия всегда осуществляет свою деятельность в соответствии с требованиями рынка и запросами потребителя. Данные функции выполняет маркетолог. На каждом предприятии есть отдел маркетинга, где маркетологи занимаются постоянным изучением требований потребителя, оптимальных путей удовлетворения запросов, сильных и слабых сторон конкурентов и всего рынка.

Преимущества образовательной программы заключается в следующем:

- подготовка ведется на казахском, русском и английском языках;
- использование интерактивных методов обучения (интерактивные лекции, кейс-стади, ролевые и деловые игры, презентации и бизнес-проекты;
- углубленное изучение иностранного языка;
- прохождение научно-исследовательских практик в ведущих компаниях;

-высокий процент трудоустройства специалистов.

Большое внимание уделяется изучению развития рынка товаров и услуг в Казахстане, рекламе, стратегиям продвижения товаров и услуг на рынок и многое другое.

Основные цели плана развития. Основной целью плана развития образовательной программ является совершенствование содержания образовательной программы с формированием профессиональных компетенций в сфере современных цифровых технологий, применяемых в маркетинговой деятельности, для достижения стратегических и тактических целей организации. Подготовка высококвалифицированных специалистов в области цифрового маркетинга, конкурентоспособных на отечественном и международном рынке труда.

Основными задачами плана развития ОП являются:

- улучшение и совершенствование условий для получения полноценного, качественного профессионального образования;
- модернизация содержания образовательных программ с учетом мировых тенденций в сфере маркетинга в целях подготовки выпускников, конкурентоспособных на отечественном и международном рынке труда;
- создание предпосылок для самостоятельной научно-исследовательской деятельности обучающегося;
- разработка мероприятий по освоению работы с научной информацией при использовании отечественного и зарубежного опыта в профессиональной деятельности.

Перечень мероприятий плана развития ОП

№	Мероприятия	Сроки
1	Участие различных стейкхолдеров в разработке и пересмотре ОП	2023-2027
2	Обеспечение качественными базами зарубежных стажировок в рамках диссертационного исследования	2023-2027
3	Повышение профессиональных компетенций докторантов посредством изучения различных курсов на рейтинговых образовательных платформах Skills Enbek и Coursera	2023-2027
4	Привлечение профессоров зарубежных ведущих вузов для преподавательской деятельности и научно-исследовательской работы в рамках научных исследований докторантов	2023-2027
5	Повышение научного потенциала ППС путем участия в конкурсах грантового финансирования, программно-целевого финансирования, международных проектах	2023-2027
6	Публикация результатов научных исследований в высокорейтинговых журналах, с ненулевым импакт-фактором	2023-2027
7	Заключение договоров с профильными предприятиями по прохождению исследовательской практики докторантов	2023-2027
8	Модернизация и расширение материально-технической базы ОП	2023-2027
9	Участие в национальном рейтинге специальностей среди вузов Республики Казахстан	2023-2027
10	Постоянный мониторинг трудоустройства выпускников	2023-2027

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