

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНАЯ АКАДЕМИЯ
ИМ. Л.Б.ГОНЧАРОВА
ФАКУЛЬТЕТ «АВТОДОРОЖНЫЙ»

Утверждена
На Ученом совете КазАДИ
Протокол № 2 от « 31 » 08 2016 г.
Председатель _____ Кабашев Р.А.

МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Наименование: «Маркетинг»
Уровень подготовки: бакалавриат
Специальность: 5В051100 «Маркетинг»

Алматы, 2016

Модульная образовательная программа по специальности 5В051100 «Маркетинг» составлена на основании Государственного общеобязательного стандарта высшего образования, утвержденного постановлением Правительства Республики Казахстан от 23.08. 2012 года № 1080, с дополнениями и изменениями, утвержденными постановлением Правительства Республики Казахстан от 13.05. 2016 года № 292 и Типового учебного плана специальности 5В051100 «Маркетинг» утвержденного Приказом Министра МОН РК № 343 от 16.08.2013 г., с дополнениями и изменениями №425 от 05.07.2016г.

Разработчики:

1. Калгулова Р.Ж. к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Экономика» Казахской автомобильно-дорожной академии.
2. Боброва М.В. ст.преп., магистр кафедры «Экономика» Казахской автомобильно-дорожной академии.
3. Компания ТОО «Асфальтобетон-1», работодатель – Генеральный директор Исламов В.А.

Рецензент:

Зам.директора Центра повышения квалификации АО «КазНИИСА»
к.э.н., доцент Халелова Г. Б.

Модульная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры «Экономика» и рекомендована к утверждению.

Протокол №2 от «26» августа 2016 г.

Модульная образовательная программа рассмотрена на заседании Учебно-методического совета КазАДИ и рекомендована к утверждению.

Протокол №1 от «26» августа 2016 г.

1. ПАСПОРТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Пояснительная записка

Знания и профессиональные навыки – ключевые ориентиры современной системы образования. С учётом нового курса «Казахстан - 2050» современный вуз должен обеспечить системы экономического образования и современных технических специальностей. Высшее образование должно ориентироваться в первую очередь на максимальное удовлетворение текущих и перспективных потребностей национальной экономики в специалистах.

Образовательная программа разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

1. Стратегический план развития РК до 2020 года, утвержденный Указом Президента Республики Казахстан №922 от 01.02. 2010 г.;

2. Закон РК «Об образовании» от 27.07.2007 г. №319-111 с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.04.2016 г.;

3. Государственная программа развития образования РК на 2011-2020 годы, утвержденная Указом Президента РК № 1118 от 07.12.2011 г.

4. Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, утвержденные Приказом Министра МОН РК № 152 от 20.04.2011 г (с изменениями и дополнениями по состоянию от 28.01.2016).

5. Государственный общеобязательный стандарт высшего образования, утвержденный постановлением Правительства Республики Казахстан от 23.08. 2012 года № 1080 с изменениями и дополнениями № 292 от 13.05.2016.

6. Типового учебного плана специальности 5В051100 «Маркетинг» утвержденного Приказом Министра МОН РК № 343 от 16.08.2013 г с изменениями и дополнениями №425 от 05.07.2016, приложение 79.

Образовательная программа «Маркетинг» специальности 5В051100 «Маркетинг» реализуется на основе лицензии гос. АБ № 0142694, выданной Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан от «11» августа 2011 г.

Образовательная программа «Маркетинг» направлена на подготовку специалистов с присуждением академической степени «бакалавр Экономики и бизнеса» по специальности 5В051100 «Маркетинг» с нормативным сроком обучения не менее 4-х лет.

Образовательная программа «Маркетинг» имеет две траектории обучения: 1) Маркетинг в отраслях; 2) Маркетинг в автотранспортной и строительной отрасли.

Миссия образовательной программы заключается в достижении предоставления высокого качества образовательных услуг в сфере высшего образования, лидерства в национальном пространстве по подготовке кадров по специальности 5В051100 «Маркетинг» посредством реализации принципов Болонского процесса и современных стандартов качества.

Задача образовательной программы - подготовка высококвалифицированных компетентных специалистов для автомобильно-дорожного и транспортного сектора экономики Республики Казахстан, способных быстро адаптироваться к быстро изменяющимся социально-экономическим условиям.

Перечень квалификаций и должностей

Выпускнику бакалавриата по специальности 5В051100 – Маркетинг присуждается академическая степень бакалавра маркетинга.

Квалификация и должности определяются в соответствии с «Квалификационным справочником должностей, руководителей, специалистов и других служащих», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты от 22.11.2002 г., № 273-П.

Должности - менеджер по маркетингу; менеджер по рекламе; менеджер по сбыту; менеджер по связям с общественностью; менеджер по торговле; бренд-менеджер; менеджер по логистике; эксперт-менеджер; менеджер по качеству; менеджер-товаровед.

1.2 Термины и определения

В настоящей образовательной программе используются термины и определения в соответствии с Законом РК «Об образовании», а также термины, принятые в Казахской автомобильно-дорожной академии им.Л.Б.Гончарова (КазАДИ):

Бакалавр – квалификация (степень), которая присваивается лицу, освоившему образовательную программу высшего профессионального образования со сроком обучения не менее четырех лет и успешно прошедшему итоговую государственную аттестацию.

Вид профессиональной деятельности – методы, способы, приемы, характер воздействия на объекты профессиональной деятельности с целью его изменения, преобразования.

Дублинский дескриптор - Европейская рамка квалификации высшего образования. Описывает в обобщённом виде результаты обучения для различных уровней квалификации. Система дескрипторов является инвариантной, т.е. не привязанной к конкретному образовательному контексту, что облегчает сопоставление квалификаций. Дублинские дескрипторы представляют согласованные требования к оценке результатов обучения на каждом цикле высшего образования и могут применяться в национальных системах высшего образования с большей степенью детализации.

Зачетная единица - мера трудоемкости образовательной программы.

Компетенции – способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области.

Модуль - совокупность частей учебной дисциплины (курса) или учебных дисциплин (курсов), имеющая определенную логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам воспитания, обучения.

Направление подготовки – совокупность образовательных программ различного уровня, направленных на подготовку специалистов для соответствующей профессиональной области.

Область профессиональной деятельности – совокупность объектов профессиональной деятельности в их научном, социальном, экономическом, производственном проявлении.

Объект профессиональной деятельности – системы, предметы, явления, процессы, на которые направлено воздействие.

Результаты обучения - усвоенные знания, умения и освоенные компетенции.

КазАДИ – высшее учебное заведение, которое:

- реализует образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования по широкому спектру направлений подготовки;
- выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования по широкому спектру наук.

1.3 Перечень квалификаций и должностей

Квалификации и должности определяются в соответствии с «Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих», утвержденным приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21 мая 2012 года № 201-п-м (с изменениями от 12. 02.2014 г.).

Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы по специальности 5В051100 «Маркетинг»

1. Сфера профессиональной деятельности бакалавра –

Выпускники по данной специальности могут выполнять различные функции при осуществлении управленческой, предпринимательской, коммерческой и научно-исследовательской деятельности хозяйствующих субъектов. При реализации производственно-сбытовой и научно-технической деятельности бакалавры изучают маркетинговые возможности и среду хозяйствующих субъектов, проводят маркетинговые исследования, отбирают целевой сегмент, прогнозируют спрос потребителей и позиционируют товары для выбранного сегмента, разрабатывают политику в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями, направленную на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли, разрабатывают стратегические и текущие планы маркетинга и контролируют их выполнение.

2. Бакалавры специальности 5В051100 «Маркетинг» могут выполнять следующие виды профессиональной деятельности:

– организационно-управленческая деятельность предполагает создание эффективной системы управления маркетинговой деятельностью любого хозяйствующего субъекта на основе применения принципов и технологий, научно-методологической и организационно-технологической базы маркетинг-менеджмента;

– производственно-технологическая деятельность осуществляется в виде совместной работы бакалавра маркетинга со специалистами отделов управления человеческими ресурсами, снабжения, производства и финансов для эффективного осуществления материально-технического снабжения, производственной, инновационной и сбытовой деятельности с целью обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта на рынке. В частности, такая деятельность направлена на изучение и прогнозирование основных показателей конъюнктуры рынка товаров и услуг (расчет емкости и доли рынка, коэффициентов эластичности спроса/предложения и др.);

– сервисно-эксплуатационная деятельность бакалавра по маркетингу предполагает разработку сервисной политики хозяйствующего субъекта в области оказания основных и дополнительных услуг; расчет издержек обращения и эффективности сервиса; продвижения услуг, обеспечения качества услуг (экономичности, доступности, надежности, безопасности, эргономичности, эстетичности и др.). Сервисно-эксплуатационная работа бакалавра тесно связана с маркетинговой деятельностью хозяйствующих субъектов по разработке информационной и обратной связи с потребителями, разработкой стратегии и тактики сервиса, сопровождающего реализацию товаров и услуг;

– расчетно-проектная деятельность включает выбор организационной структуры отдела/департамента маркетинга, разработку бюджета маркетинга и бизнес-плана, осуществление расчетов по оптимизации товарного ассортимента, системы распределения, товародвижения и продвижения; оценку эффективности маркетинговых мероприятий, разработку экономически обоснованных решений по ведению производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта;

– экспериментально-исследовательская деятельность бакалавров включает разработку инновационной политики посредством организации и проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и маркетинговых исследований. Экс-

периментально-исследовательская деятельность может проводиться в различных организационных формах: самостоятельно или совместно с внешними объектами (в рамках исследовательских программ высших учебных заведений, международных программ научного сотрудничества, исследовательскими организациями и другими хозяйствующими субъектами).

– образовательная (педагогическая) деятельность по данной специальности связана с функциями преподавания дисциплин по маркетингу в общеобразовательных и средних профессиональных учебных заведениях, а также на курсах повышения квалификации и переподготовки кадров. Слушателями обучающих курсов и семинаров могут быть школьники, учащиеся, специалисты другого профиля подготовки, менеджеры низшего и среднего звена хозяйствующих субъектов, а также широкая публика. Бакалавры могут выполнять учебную работу в качестве ассистента, содержание наполнение методических материалов должно соответствовать для указанного выше уровня преподавания.

Выпускники специальности 5B051100 – Маркетинг могут работать на следующих должностях:

- Менеджер
- Маркетолог
- Специалист по продвижению рекламных продуктов
- Специалист по оказанию маркетинговых услуг

1.4 Цели и задачи образовательной программы

В области воспитания общими целями образовательной программы является формирование у студентов социально-личностных качеств: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, повышение их общей культуры, толерантности.

Знания и умения выпускника образовательной программы

Выпускник данной образовательной программы по специальности 5B051100 «Маркетинг» должен:

иметь представление:

– о 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;

– о теоретико-методологических основах науки, политики, истории политической жизни;

– об основах гигиены человека и здорового образа жизни;

– об основных положениях информатики и науки;

– о экономических законах и формах их проявления;

– о 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;
 - принимать маркетинговые решения на основе всестороннего факторного, дисперсионного, ковариационного, корреляционного, регрессионного, дискриминантного, кластерного анализов;
 - 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.
- 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.

1.5 Описание области профессиональной деятельности

Ключевой целью образовательной программы по специальности «Маркетинг» является предоставление выпускникам знаний и практического опыта, необходимых для начала профессиональной деятельности, путем обоснования и включения элементов профессиональной деятельности в учебный план.

Объектами профессиональной деятельности бакалавра являются: рынки (товарные, фондовые, информационные; капитала, труда и др.), маркетинговые возможности хозяйствующих субъектов, маркетинговые исследования, потребители, поставщики, посредники, контактные аудитории, конкуренты, товары производственного и потребительского назначения, услуги, элементы продвижения (реклама, связи с общественностью, личные контакты, стимулирование сбыта); государственные учреждения, предприятия услуг (гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионные бюро), производственные и посреднические предприятия, международные торговые палаты, торговые дома, транспорт и коммуникации, складское хозяйство, политические образования, общественные организации, индивидуумы и социумы.

1.6 Требования к уровню подготовки поступающего на образовательную программу «Маркетинг»

Прием абитуриентов в высшие учебные заведения осуществляется по заявлениям на конкурсной основе в соответствии с баллами сертификата, выданного по результатам единого национального тестирования (ЕНТ) или комплексного тестирования (КТ), проводи-

мого по технологиям, разработанным Национальным центром тестирования (НЦТ) МОН РК, на основании Типовых правил приема на обучение в организации образования, реализующие профессиональные учебные программы высшего образования, утвержденные постановлением Правительства Республики Казахстан от «19» января 2012 года №111 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.07.2014). Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании. На специальность «Маркетинг» в Казахской автомобильно-дорожной академии им. Л.Б. Гончарова зачисляются выпускники общего среднего образования текущего года, прошедшие ЕНТ и участники комплексного тестирования, набравшие по результатам тестирования не менее 50 баллов.

Тестируются абитуриенты по следующим предметам: государственному или русскому языку (язык обучения), истории Казахстана, математике и географии. В студенты зачисляются в том случае, если получают не менее 7 баллов по математике, а по остальным предметам - не менее 4 баллов. В случае получения по одному из предметов, сдаваемых в рамках ЕНТ или комплексного тестирования, менее 4-х баллов, лица к зачислению на платное обучение или участию в конкурсе по присуждению образовательных грантов не допускаются.

Образовательная программа специальности «Маркетинг» основывается на целом ряде дисциплин.

Теоретические и концептуальные основы обучения лежат, прежде всего, в различных областях маркетинга, однако для получения полноценного образования студентам необходимо знакомство с рядом концепций из иных областей, таких как математика, маркетинговые исследования, экономика маркетинга и одна или же несколько конкретных предметных областей. Все студенты должны уметь интегрировать теорию и практику, понимать важность абстракции и моделирования, быть способными разбираться в новых предметных областях.

2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ 5В051100 «МАРКЕТИНГ» В ТЕРМИНАХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1 Компетенции

2.1.1 Общей образованности (ОО)

Код компетенции	Компетенции
ОО1	обладать базовыми знаниями в области естественнонаучных (социальных, гуманитарных, экономических) дисциплин, способствующих формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления
ОО2	обладать навыками обращения с современной техникой, уметь использовать информационные технологии в сфере профессиональной деятельности
ОО3	владеть навыками приобретения новых знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности и продолжения образования в магистратуре

2.1.2 Социально-этические компетенции (СЭК)

Код компетенции	Компетенции
СЭК1	знать социально-этические ценности, основанные на общественном мнении, традициях, обычаях, общественных нормах и ориентироваться на них в своей профессиональной деятельности
СЭК2	соблюдать нормы деловой этики, владеть этическими и правовыми нормами поведения
СЭК3	знать традиции и культуру народов Казахстана;
СЭК4	быть толерантным к традициям, культуре других народов мира;
СЭК5	знать основы правовой системы и законодательства Казахстана;
СЭК6	знать общее представление о науке и научном мышлении;
СЭК7	знать тенденции социального развития общества;
СЭК8	уметь адекватно ориентироваться в различных социальных ситуациях;
СЭК9	быть способным работать в команде, корректно отстаивать свою точку зрения, предлагать новые решения;
СЭК10	уметь находить компромиссы, соотносить свое мнение с мнением коллектива;
СЭК11	стремиться к профессиональному и личностному росту.

2.1.3 Экономические и организационно- управленческие компетенции (ЭОУ)

Код компетенции	Компетенции
ЭОУ1	обладать основами экономических знаний, иметь научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах, экономике и т.д.;
ЭОУ2	знать и понимать цели и методы государственного регулирования экономики, маркетинга, роль государственного сектора в экономике.

2.1.4 Социальные, экономические, профессиональные роли, географическая и социальная мобильность (ГСМ)

Код компетенции	Компетенции
ГСМ1	уметь ориентироваться в современных информационных потоках и адаптироваться к динамично меняющимся явлениям и процессам в мировой экономике
ГСМ2	быть гибким и мобильным в различных условиях и ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью
ГСМ3	владеть навыками принятия решений экономического и организационного характера в условиях неопределенности и риска

2.1.5 Специальные компетенции (СК)

Код компетенции	Компетенции
СК1	знать основные разделы математики, физики, инженерной графики; иметь базовые знания, необходимые для изучения профессиональных дисциплин
СК2	быть способным к демонстрации знаний и пониманий в профессиональной маркетинговой сфере
СК3	использовать основные и специальные методы экономического анализа информации, систематизировать и обобщать информацию
СК4	использовать основы бухгалтерского учета и аудита, финансового менеджмента, международных экономических отношений
СК5	использовать методы экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия
СК6	быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.
СК7	знать классификацию, основные понятия, категории инструменты экономической теории, методы государственного регулирования экономики.
СК8	быть готовым к разработке бизнес-плана и соответствующей документации
СК9	владеть методами проведения технико-экономического анализа, способных к обоснованию принимаемых и реализуемых решений в области маркетинга
СК10	владеть знаниями организационной структуры, методов управления и регулирования. критериев эффективности применительно к маркетингу
СК11	быть способным к выполнению теоретических, экспериментальных исследований в области маркетинга
СК12	быть способным к самосовершенствованию и профессиональному росту личности с разносторонними гуманитарными и естественнонаучными знаниями и интересами

3 СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

При реализации образовательной программы специальности Маркетинг применяется кредитно-модульная система организации учебного процесса, основанная на модульном принципе представления содержания образовательной программы и построения учебных планов, использовании системы зачетных единиц (кредитов) и соответствующих образовательных технологий.

Образовательная программа специальности «Маркетинг» содержит:

- 1) теоретическое обучение, включающее изучение циклов общеобразовательных, базовых и профилирующих дисциплин;
- 2) дополнительные виды обучения - различные виды профессиональных практик, физическую культуру, военную подготовку и др.;
- 3) промежуточные и итоговую аттестации.

Структура образовательной программы приведена в таблице 1.

Реализация образовательных программ осуществляется на основе учебно- методических комплексов специальности и дисциплин.

Общая трудоемкость теоретического обучения определяется перечнем изучаемых учебных дисциплин, приведенных в Рабочем учебном плане.

Основным критерием завершенности образовательного процесса по подготовке бакалавра является освоение студентом не менее 129 кредитов теоретического обучения, а также не менее 6 кредитов практик, не менее 2 кредитов на написание и защиту дипломной работы (проекта) и не менее 1 кредита на подготовку и сдачу государственного экзамена по специальности.

Один кредит равен 15 академическим часам следующих видов учебной работы: аудиторной работы обучающегося на протяжении академического периода в виде семестра, равномерно распределенной по 1 часу в неделю:

- работы обучающегося с преподавателем в период профессиональных и исследовательских практик;
- работы обучающегося с преподавателем в период научно-исследовательской работы; работы обучающегося по написанию и защите дипломной работы (проекта), магистерской или докторской диссертации;
- работы обучающегося по подготовке и сдаче государственного экзамена по специальности (комплексного экзамена).

В течение одного академического периода при семестровой его организации студент очной формы обучения должен освоить не менее 18-22 кредитов, заочной формы обучения - 9-12 кредитов, вечерней формы обучения - 12-15 кредитов.

Предшествующий уровень образования абитуриентов - среднее общее (общее среднее), начальное профессиональное (техническое и профессиональное), среднее профессиональное (послесреднее) образование.

Возможности продолжения образования: бакалавр, освоивший образовательную программу бакалавриата, подготовлен для продолжения образования в магистратуре по специальности «Маркетинг».

Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модулей образовательной программы специальности 5В051100 «Маркетинг», приведена в таблице 1.

Таблица 1

Объем освоенных кредитов в разрезе модулей образовательной программы специальности 5В051100 – Маркетинг

Курсобучения	Семестр	Количество осваиваемых модулей	Количество изучаемых дисциплин		Количество кредитов КЗ					Всего в часах	ECTS	Количество	
			ОК	ВК	Теор. обучение	Учебная прак.	Произ. прак.	Итоговая аттестация	Всего			Экз.	Диф. зачет
1	1	4	4	3	19				19	855	31	7	
	2	5	4	3	18	2			20	810	29	7	1
2	3	5	5	3	19				19	855	30	8	
	4	4	3	4	18		2		20	810	29	7	
3	5	3	1	6	19				19	855	31	6	
	6	5	1	6	18		2		20	810	30	7	
4	7	4		7	18				18	810	32	7	
	8				0		2	3	5	0	0		
ИТОГО					129	2	6	3	140	5805	212	49	1

3.1 Виды занятий

Лекции

Лекция – это систематическое устное изложение учебного материала.

Практические занятия

Практические занятия – это вид самостоятельной работы обучающихся с преподавателями по применению и закреплению на деле теоретических знаний путем решения типовых задач.

Семинарские занятия

Семинарские занятия – это вид самостоятельной практической работы обучающихся, которая углубляет и закрепляет теоретические знания и развивают навыки экспериментирования.

СРСП

Этот вид самостоятельной работы выполняется студентом под руководством преподавателя, проводится в аудиториях по расписанию и в офисах. Она включает в себя:

1. проведение индивидуальных-групповых консультаций по разделам, вызвавшим затруднения у студентов, и по дополнительным разделам дисциплины, вынесенным на самостоятельное изучение;
2. проведение консультаций, прием и защита всех видов самостоятельных работ (рефераты, домашние задания, расчетно-графические задания, семестровые задания, курсовые работы, курсовые проекты и т.д.);
3. проведение контрольных работ;
4. проведение промежуточных и рубежных контролей.

Задания и материалы для самостоятельной работы выдаются преподавателям на СРСП в аудитории. Во время СРСП преподаватель осуществляет контроль, а также оказывает помощь студенту по правильной организации работы.

СРС

Самостоятельная работа студентов является, с одной стороны, формой обучения и видом учебного труда, осуществляемого без непосредственного вмешательства преподавателя, а с другой – как средство вовлечения студентов в самостоятельную познавательную деятельность. Содержанием самостоятельной работы студентов является, как правило, выполнение специальных заданий, тематика, формы и объем которых определены в УМК дисциплины.

3.2 Письменные работы

Реферат – это краткое изложение в письменном виде или форме публичного доклада, с обзором соответствующих источников информации.

Курсовая работа – это совокупность алгоритмов и программ, результатов экспериментов и других материалов по решению локальных задач.

Семестровая работа – алгоритмическо-программная работа по закреплению теоретических знаний путем решения или нетрадиционной индивидуальной задачи.

Эссе – относительно свободное рассуждение по теме. Объем -3-5 страниц. Критерии оценки: степень отражения в нем изученного материала; оригинальный подход; аргументация; способность обоснованно отстаивать свою точку зрения.

Кейс-стадии (case study) – исследовательский проект, в котором в качестве предмета исследования выбирается единичный случай или несколько избранных и определяется совокупностью методов их изучения. Результаты обычно имеют прикладной характер как рекомендации относительно данного феномена, а также других объектов, относящихся к этому же классу и находящихся в сходных условиях.

Отчёт - это сообщение или документ, содержимое которого представляет информацию и отражает суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Составленные по определенной форме сведения, данные о деятельности организации, компании за определенный прошедший период.

3.3 Требования к результатам обучения и уровню подготовки студентов

Ожидаемыми результатами по завершении обучения являются показатели того, что обучаемый должен знать, понимать и в состоянии применять полученные знания для выполнения профессиональных задач.

Результаты обучения формулируются в терминах общих и профессиональных компетенций и определяются на основе Дублинских дескрипторов первого уровня (бакалавриат). Результаты обучения формулируются в терминах компетенций, как на уровне всей программы, так и на уровне модуля и на уровне отдельной основной дисциплины модуля, при этом, каждая основная дисциплина должна иметь от 1 до 3 результатов обучения, а каждый модуль - от 4 до 6 результатов обучения.

Планирование результатов обучения по модулю образовательной программы должен включать: подбор компетенций; проверку наличия, в рамках модуля, всех наглядных элементов оценивания в форме промежуточного и итогового контроля; формулировку компетенции в терминах результатов обучения и тестирование результатов обучения на соответствие основным требованиям рынка ИТ - труда.

Дескрипторы первого уровня предполагают способности:

1. демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, включая элементы наиболее передовых знаний в этой области;

2. применять эти знания и понимание на профессиональном уровне;
3. формулировать аргументы и решать проблемы в изучаемой области;
4. осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений;
5. сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и не-специалистам.

Оценка результатов обучения может проводиться с помощью анализа характеристик, описывающих ключевые компетенции выпускника, которые должны быть сформированы в процессе изучения всех модулей обучения по специальности «Маркетинг»:

1. Обладание глубокими знаниями в области маркетинговой деятельности.
2. Умение выбирать альтернативные варианты и принимать проектные решения, оптимально соответствующие решаемой задаче с учетом существующего контекста.
3. Умение использовать дисциплинарный процесс разработки маркетинговых исследований и понимать важность вопросов эффективной организации командной работы над проектом.
4. Умение и навыки выполнять самый широкий спектр задач, начиная с исследований, разработки, проектирования, производства, тестирования, внедрения, эксплуатации и управления, и заканчивая продажами, консультированием и обучением.
5. Обладание навыками выбора и применения подходящих инструментальных средств разработки маркетинговых исследований и баз данных.
6. Обладание навыками повторного использования результатов маркетинговых исследований и артефактов в унаследованных системах.
7. Обладание навыками коммуникации, работы в команде, межличностных отношений, а также навыками мотивации, инициативы и честности.

Итоговый контроль оценка знаний студента подразделяется на рубежный контроль и завершающий контроль (экзамен). Максимальная сумма баллов рубежного контроля по двум аттестациям составляет 60% итоговой оценки, Систематическая проверка оценки знаний студента по каждому виду контроля, представленного в таблице учебной дисциплины, проводится преподавателем, ведущим учебные занятия по графику.

Итоговая оценка по дисциплине в процентном содержании определяются по формуле:

$$И\%=(P1+P2)/2 \times 0,6 + Э \times 0,4$$

- где: P1 – процентное содержание оценки 1-го рейтинга,
P2 – процентное содержание оценки 2-го рейтинга,
Э – процентное содержание экзаменационной оценки.

Критерии оценки знаний обучающихся (обобщенные)

95-100 баллов (А) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

90-94 баллов (А-) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все преду-

смотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, работавший на практических занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

85-89 баллов (В+) заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

80-84 баллов (В) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

75-79 баллов (В-) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

60-74 (С) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

60-64 балла (С-) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала, не отличавшийся активностью на практических занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

50-59 балла (D) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала, не отличавшийся активностью на практических занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

0-49 балла (F) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившего самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, и который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Итоговая государственная аттестация выпускников бакалавриата специальности «Маркетинг» является обязательной и осуществляется после образовательной программы в полном объеме.

Итоговая государственная аттестация направлена на установление уровня профессиональной подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям образовательного стандарта и образовательной программы бакалавриата специальности «Маркетинг».

Итоговая государственная аттестация выпускников включает защиту выпускной квалификационной работы и Государственного комплексного экзамена.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы и требования к содержанию и процедуре проведения государственного экзамена определяется соответствующим нормативным документом об итоговой аттестации выпускников КазАДИ.

3.4 Организация учебной и производственной практики

Раздел образовательной программы «Учебная и производственная практика» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

При реализации программы бакалавриата по данному направлению подготовки предусматриваются следующие виды практик: учебная практика, производственная и преддипломная практика.

Учебная практика предназначена для знакомства со спецификой будущей профессиональной деятельности, приобретения навыков реализации типовых задач на компьютере.

Производственная практика имеет цели: получения навыков практического использования полученных теоретических профессиональных знаний, обучение навыкам решения практических и управленческих задач на конкретном предприятии или в организации, соответствующих профилю специальности.

На преддипломной практике студент осуществляет сбор и систематизацию исходных материалов для выполнения дипломной работы.

Практики могут проводиться в сторонних организациях (предприятиях, НИИ, фирмах) или на кафедрах и в лабораториях КазАДИ, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, обеспечивающих возможность достижения запланированных результатов обучения.

Разделом практик может являться научно-исследовательская работа обучающихся. При разработке программы НИР учитывается профиль подготовки бакалавра специальности «Маркетинг» и предоставляется возможность обучающемуся:

1. Изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию.
2. Осуществлять сбор, обработку и анализ информации по теме НИР.
3. Участвовать в проведении научных исследований, технических разработок или проектировании.
4. Овладеть методикой научных исследований, работой на исследовательском оборудовании, используемом в КазАДИ или на профильном предприятии.
5. Составлять отчёты (разделы отчёта) по проделанной работе.
6. Участвовать в написании статей в научных журналах по теме НИР.
7. Выступать с докладами на конференциях.

Цели и задачи, планируемые результаты обучения, формулируемые в терминах знаний, умений и навыков, программы и формы отчётности определяются по каждому виду практики и отражаются в программах практик.

Аттестация по итогам практик проводится в виде защиты обучающимися выполненного задания и представления отчёта в соответствии с требованиями КазАДИ.

4 КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Реализация образовательной программы бакалавриата специальности «Маркетинг» обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью или преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должности руководителей или ведущих специалистов не менее 10 лет.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) учёное звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной образовательной программе, должна соответствовать нормам, определенным в нормативных документах.

ППС проходят повышение квалификации в соответствии с утвержденным планом, разрабатывают учебно-методическое обеспечение для дисциплин специальности.

Преподаватель вуза имеет свободу выбора способов и форм организации и проведения учебных занятий, методов обучения при условии соблюдения требований учебных планов и учебных программ.

5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Реализация образовательной программы бакалавриата специальности «Маркетинг» поддерживается материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лекционной, лабораторной, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом КазАДИ.

Минимальный необходимый для реализации бакалаврской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя специализированные лаборатории и оборудование: персональные компьютеры и рабочие станции, объединенные в локальную сеть с выходом в Internet, оснащение современными программно-методическими комплексами для получения знаний и приобретения навыков решения задач по всем видам гуманитарной, социальной, экономической, математической и естественнонаучной, а также профессиональной подготовки (средами моделирования, программирования, системами управления базами данных, ERP-системами и другими системам управления предприятиями).

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Образовательная программы специальности «Маркетинг» должна обеспечиваться учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям). Содержание каждой из таких учебных дисциплин (курсов, модулей) должно быть представлено в АИС «Платон».

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся, по специальности 5В051100 «Маркетинг», осуществляется в соответствии с нормативно-правовыми документами МОН РК и нормативными - методическими документами КазАДИ.

Внеаудиторная работа обучающихся должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на её выполнение.

6.1 Фонды оценочных средств

Фонды оценочных средств (ФОС) являются неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки результата освоения студентами модульной образовательной программы.

Под ФОС понимается комплекс методических и контрольно измерительных материалов (КИМ), предназначенных для оценивания компетенций на разных стадиях обучения студентов, а также для итоговой аттестации выпускников, по завершению освоения модульной образовательной программы, на соответствие уровня их подготовки требованиям образовательного стандарта, образовательной программы бакалавриата специальности «Маркетинг», Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, стейкхолдеров

Система оценки качества освоения образовательных программ включает в себя:

- оценочные средства для текущей аттестации (*по дисциплинам модуля*);
- оценочные средства для промежуточной аттестации обучающихся (*по дисциплинам модуля*);
- оценочные средства для итоговой оценки сформированности компетенций (*для государственной итоговой аттестации*).

Оценочные средства для текущей аттестации, промежуточной аттестации и оценочные средства для итоговой оценки сформированности компетенций, на этапе государственной итоговой аттестации обучающихся, разрабатываются на основании паспорта компетенций.

6.1.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

ФОС по дисциплине модуля представляет собой совокупность КИМ (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методы их использования, предназначенные для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения.

ФОС по дисциплине модуля используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. ФОС входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины (далее - УМКД).

Целью создания ФОС учебной дисциплины модуля является создание инструмента, позволяющего установить соответствие уровня подготовки студента на данном этапе обучения требованиям ГОСО, соответствующего направления подготовки.

Задачи ФОС по дисциплине модуля:

- контроль процесса освоения студентами уровня сформированности компетенций;
- контроль и управление достижением студентами целей реализации МОП, определенных в виде набора соответствующих компетенций;
- оценка достижений студентов в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (отрицательных) результатов и планирование предупреждающих, корректирующих мероприятий.

Оценочные средства, сопровождающие реализацию МОП, должны быть разработаны для проверки качества формирования компетенций и являться действенным средством не только оценки, но и обучения студентов.

Примерный перечень и краткая характеристика оценочных средств рекомендованных к использованию приведены в Таблице 2.

Таблица 2
Примерный перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
2	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
5	Портфолио	Целевая подборка работ студента, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
7	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обуча-	Темы групповых и/или индивидуальных проектов

		чающихся.	
8	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
9	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: –репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; – реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; – творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
10	Расчетно-графическая работа	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы

ФОС по дисциплине модуля формируется на ключевых принципах оценивания:

- валидности (объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения);
- надежности (использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений);
- справедливости (студенты должны иметь равные возможности добиться успеха);
- эффективности (соответствие результатов деятельности поставленным задачам).

Решением кафедры в состав оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации входят:

- экзаменационные билеты для экзамена;
- примерный перечень вопросов, задач, заданий и иных контрольно-измерительных материалов планируемых для включения в экзаменационные материалы;
- электронный банк тестовых заданий;
- комплекты заданий для самостоятельной работы;
- сборники проектных заданий;

–перечни тем рефератов, курсовых работ, проектных заданий и т.п.
ФОС формируется на бумажном и электронном носителях.

6.2 Итоговая государственная аттестация выпускников

Итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Итоговая государственная аттестация включает защиту бакалаврской выпускной квалификационной работы и комплексного государственного экзамена.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 5В051100 «Маркетинг» определены кафедрой на основании действующих «Методических указаний по выполнению дипломного проектирования».

Целью итоговой государственной аттестации является определение готовности выпускника к выполнению профессиональных задач на уровне требований государственного образовательного стандарта по направлению 5В051100 «Маркетинг».

Решением кафедры в состав оценочных средств для проведения итоговой аттестации входят:

- Тестовые задания государственной аттестации выпускников.
- Банк аттестационных тестов.
- Тематика дипломных работ.
- Методические указания по выполнению дипломной работы.
- Программа Государственного экзамена по специальности.
- Методические указания по производственной (преддипломной) практике.

По результатам итоговой государственной аттестации Государственной аттестационной комиссией принимается решение о присвоении выпускнику квалификации бакалавр и выдается диплом установленного государственного образца. Выпускнику выдается также приложение (транскрипт) к диплому - выписка из зачетной книжки с указанием темы выпускной квалификационной работы.

6.3 Библиотечные фонды и Internet

Реализация образовательной программы должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) образовательной программы. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети Internet.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам общенаучного и профессионального циклов.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями должен осуществляться в соблюдении требований законодательства РК об интеллектуальной собственности и международных договоров РК в области интеллектуальной собственности. Для студентов должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочникам и поисковым системам.

7 ОРГАНИЗАЦИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Основанием для личностно-профессионального становления студентов служит воспитательная среда, под которой понимается совокупность различных внешних и внутренних условий, ресурсов, ситуативно воздействующих на направленность и развитие ценностных ориентаций личности и обеспечивающих высокий эффект качества высшего профессионального образования.

Основными задачами воспитательной деятельности кафедры, направленной на развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников, являются:

1. создание личностно-ориентированной воспитательной среды;
2. обеспечение высокого уровня включенности студентов в социально-полезную деятельность;
3. создание условий для формирования у выпускников способности к сотрудничеству, позитивной коммуникации, профессиональной ориентации в условиях постоянно меняющихся социальных условий;
4. формирование профессионально-смыслового пространства, способствующего развитию активности, креативного мышления молодых специалистов, способных самостоятельно принимать решения в ситуациях выбора;
5. выявление интересов, ценностных ориентаций студентов, причины и тенденции их изменения;
6. использование образовательных технологий, формирующих активную нравственно-познавательную и гражданскую позицию выпускника;
7. интенсивное включение обучающихся в социально-значимую, научно-исследовательскую, управленческую и досуговую деятельность;
8. обогащение педагогической составляющей деятельности преподавателей и усиление ее воспитательного влияния на личностно-профессиональное становление студентов.

Условиями эффективной реализации компонентов воспитательной работы выступают:

1. диагностика потенциала воспитательной среды, изучение потребностей и мотивов субъектов воспитательных воздействий;
2. создание необходимой нормативно-правовой базы;
3. создание учебно-методической базы;
4. создание системы взаимоотношений между субъектами воспитательной среды, где каждый из субъектов строит с другими свои связи и отношения;
5. создание системы связей с другими вузами и социальными партнерами по воспитанию студентов;
6. наличие структурных подразделений, реализующих основные направления воспитательной деятельности;
7. создание системы стимулирования деятельности преподавателей, занимающихся воспитанием студентов внеаудиторной нагрузки;
8. решение кадровых вопросов, связанных с подготовкой и переподготовкой специалистов в области воспитания.

Кафедра осуществляет воспитательную работу со студентами в соответствии с Положениями Закона РК «Об образовании», Стратегическим планом развития Казахстана до 2020 года; Посланием Президента Республики Казахстан Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050». Новый политический курс состоявшегося государства» – 14 декабря 2013 г. , Законом РК «О государственной молодежной политике в Республике Казахстан», Законом РК «О культуре», Законом РК «О языках в Республике Казахстан», Законом Республики Казахстан «О физической культуре, Государственной программой развития образования РК на 2011-2020 годы, Программой занятости

2020; Программой «Дорожная карта бизнеса – 2020»; Стратегией «Жастар - Отанға!» молодежного крыла «Жас Отан» НДП «Нур Отан» до 2020 года, и спорте»), Трудового Кодекса Республики Казахстан и локальными нормативными документами, разработанными для регулирования и координации разных направлений воспитательной деятельности в КазАДИ.

В основу управления воспитательной средой на кафедре положена управленческая триада: управление – соуправление – самоуправление. Управление предполагает целеустремленную деятельность субъектов управления, направленную на обеспечение оптимального функционирования воспитательной системы кафедры и ее развитие. Система соуправления предполагает участие в выработке и принятии решений, связанных с организацией воспитательного пространства, представителей всех групп вузовского коллектива (администрации, педагогов, студентов). Самоуправление передает в руки педагогов, студентов, их органов и организаций ряд функций по организации и управлению воспитательной деятельностью.

Целями студенческого самоуправления являются:

1. повышение качества учебы, активизация самостоятельной творческой деятельности студентов в учебном процессе с учетом современных тенденций развития системы непрерывного образования;
2. формирование потребности студенческой молодежи в научно-техническом творчестве;
3. воспитание ответственности студенческих коллективов за дисциплину, учебу и за утверждение нравственных позиций личности и коллектива;
4. развитие и углубление инициативы студенческих коллективов в организации гражданско-патриотического воспитания;
5. становление демократического образа жизни, высокой взаимной требовательности, чувства социальной справедливости, здорового морально-психологического климата, высоких нравственных основ молодой студенческой семьи;
6. утверждение принципов гуманистической нравственности, нетерпимости к антиобщественным проявлениям в быту;
7. усиление роли студенческих общественных организаций в развитии общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.

Для организации воспитательной работы в студенческих академических группах по представлению заведующего кафедрой назначаются кураторы. Права и обязанности куратора изложены в Положении, утвержденном Ученым советом КазАДИ.

С целью социально-правовой защиты студентов кафедра осуществляет контроль за: социально-экономическими отношениями; стипендиальным обеспечением; социальным и медицинским обеспечением студентов и магистрантов; улучшением условий быта и учебы; улучшением культурно-просветительской, спортивно-оздоровительной работы и отдыха.

По представлению кафедры Академия осуществляет моральное и материальное поощрение победителей конкурсов внеучебной деятельности, особо отличившихся студентов и магистрантов. Академический рейтинг, выведенный по результатам изучения дисциплин, имеющих воспитательный потенциал, может быть повышен за счет учета показателей, связанных с участием во внеучебных мероприятиях.

Повышение воспитательного потенциала образовательной программы достигается посредством оказания помощи студентам в вопросах трудоустройства.

Кафедра постоянно ведет работу по оздоровлению студентов и привитию им навыков здорового образа жизни, предусматриваются широкомасштабные медицинские обследования, профилактическая вакцинация.

Спортивно-массовая работа на кафедре включает в себя спортивную деятельность в секциях, проведение спортивно-массовых мероприятий и участие в городских и республиканских соревнованиях.

8 КАЛЕНДАРНО - УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

В календарном учебном графике производится последовательность реализации МОП бакалавриата по направлению подготовки 5В051100 «Маркетинг» по годам обучения, включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и итоговую аттестацию, каникулы, праздничные дни. Продолжительность и срок осуществления каждого вида учебной работы определяется содержанием и структурой МОП бакалавриата по направлению подготовки профессионального обучения.

Бюджет времени студента в течение четырёх лет при очной форме обучения составляет 199 недель, и складывается из 105 недель теоретического обучения, 21 недели экзаменационной сессии, 1 недели учебной практики, 5 недель производственной практики, 10 недель преддипломной практики, 1 недели итоговой государственной аттестации, 12 недель на написание и защиту выпускной квалификационной работы, 44 недель каникул.

9 ПЕРЕСМОТР МОДУЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Пересмотр утвержденной модульной образовательной программы по направлению подготовки 5В051100 «Маркетинг» осуществляется не реже 1 раза в 3 года.

2. Причинами досрочного пересмотра модульной образовательной программы могут являться:

- изменения в законодательстве по направлению подготовки;
- предложения обучаемых (по результатам систематического анкетирования);
- низкая востребованность программы в течение года;
- мнение работодателей (при подготовке специалиста для конкретного заказчика, утвержденная программа может быть доработана с учётом пожеланий заказчика без изменения наименования программы);
- внешняя экспертиза.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Паспорт образовательной программы.....	3
	1.1 Пояснительная записка.....	3
	1.2 Термины и определения	4
	1.3 Перечень квалификаций и должностей	5
	1.4 Цели и задачи образовательной программы	6
	1.5 Описание области профессиональной деятельности	7
	1.6 Требования к уровню подготовки поступающего на образовательную программу «Маркетинг».....	7
2	Требования к результатам освоения образовательной программы бакалавриата по направлению 5В051100 «Маркетинг» в терминах компетенций	9
	2.1 Компетенции	9
3	Содержание образовательной программы	11
	3.1 Виды занятий	12
	3.2 Письменные работы	13
	3.3 Требования к результатам обучения и уровню подготовки студентов .	13
	3.4 Организация учебной и производственной практики	16
4	Кадровое обеспечение учебного процесса	17
5	Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....	17
6	Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса .	17
	6.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	18
	6.2 Итоговая государственная аттестация выпускников	21
	6.3 Библиотечные фонды и Internet	21
7	Организация воспитательной деятельности	22
8	Календарно – учебный график	24
9	Пересмотр модульной образовательной программы	24