|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |
|  |
|  |

**Образовательная программа специальности**

**5В051100 – «Маркетинг»**

**бакалавриат**

1. **Паспорт образовательной программы**

**1.1.** Перечень квалификаций и должностей

Выпускнику по данной образовательной программе присваивается академическая степень «**бакалавр экономики и бизнеса**».

Бакалавры по специальности 5В051100 «Маркетинг» могут занимать первичные должности специалистов в области маркетинга и менеджмента на предприятиях и организациях различных отраслей и форм собственности. Без предъявления требований к стажу работы в соответствии с квалификационными требованиями Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденного приказом министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21мая 2012 года № 201-ө-м.

**1.2.** Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы

1.2.1. Сфера профессиональной деятельности

Бакалавр экономики и бизнеса по специальности 5В051100 «Маркетинг» может осуществлять аналитическую, научно-исследовательскую, организационно-управленческую (административную) и образовательную (педагогическую) деятельность в следующих областях: исследование отраслевых и региональных рынков, маркетинговой среды хозяйствующих субъектов различных форм собственности; совершенствование системы маркетинга предприятия; формирование маркетинговой стратегии предприятия.

Сферами профессиональной деятельности являются государственные органы, учреждения и организации всех форм собственности, органы управления государственного регулирования экономики в звеньях рыночной инфраструктуры, научно-исследовательские учреждения и высшие учебные заведения.

1.2.2. Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются: государственные учреждения, предприятия услуг, различные организации экономической, производственные и посреднические предприятия, международные торговые палаты, торговые дома, транспорт и коммуникации, проектные и научно-исследовательские институты, общественные организации научно-производственные, образовательные учреждения.

1.2.3. Предметы профессиональной деятельности

Предметами профессиональной деятельности бакалавра по специальности 5В051100 «Маркетинг» являются изучение законов и закономерностей развития рыночных отношений, включая механизм их использования, принципы и методы их реализации, а также освоение инструментов маркетинга для оптимизации деятельности отдельных предприятий.

1.2.4. Виды профессиональной деятельности.

Бакалавр по специальности 5В051100 «Маркетинг» может 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;

– *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;

*– расчетно-проектная деятельность* включает выбор организационной структуры отдела 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;

– *образовательная (педагогическая) деятельность* по данной специальности связана с функциями преподавания дисциплин по маркетингу в общеобразовательных и средних специальных учебных заведениях, а также на курсах повышения квалификации и переподготовки кадров.

1.2.5. Функции профессиональной деятельности

* разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности подразделений, в том числе: планированию, прогнозированию, управлением затратами и материально – техническим снабжением, логистикой, сбытом;
* осуществление маркетинговых исследований и сегментации рынка;
* участие в разработке стратегии и тактики сервиса, бюджета маркетинга и бизнес-плана предприятия;
* организация, планирование и координация деятельности по управлению предприятием и формирование рыночной стратегии фирмы;
* осуществление маркетингового анализа и контроля;
* управление и контроль над деятельностью предприятий в целом.

1.2.6. Направления профессиональной деятельности

* планирование маркетинговой деятельности;
* организация и проведение маркетинговых исследований;
* проведение оценки маркетинговых возможностей компании (методом SWOT-

 анализа, GAP-анализ, STEP-анализа);

* формирование корпоративной стратегий;
* разработка функциональных стратегий;
* разработка и совершенствование товарной и ценовой политики;
* организация системы сбыта и товародвижения на рынке;
* реализация маркетинговых стратегий, обеспечивающих конкурентные
* преимущества на рынке;
* проведение ревизии, аудита и контроля маркетинговой деятельности.

**Требования к ключевым компетенциям бакалавра экономики и бизнеса по специальности 5В051100 «Маркетинг»**

Выпускник по специальности **5В051100 «Маркетинг»** должен обладать следующими ключевыми компетенциями:

**Знание и понимание:** основных учений в области социально-гуманитарных и экономических наук; категориально-понятийного аппарата маркетинга, логистики, коммерческой деятельности, международной торговли; структуры экономической системы и макроэкономических параметров; основ финансов, организации и регулирования денежного обращения, учета и отчетности; основных принципов менеджмента, маркетинга и международной торговли; методов регулирования международной торговли, системы валютного регулирования и контроля в Казахстане.

**Знание как действовать:** 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, дискриминатного, кластерного анализов; проводить маркетинговые исследования и анализировать конъюнктуру товарных рынков; разрабатывать корпоративные, функциональные и инструментальные маркетинговые стратегии и тактику их реализации; анализировать показатели сбыта в целом и по товарным ассортиментным группам, статистические показатели страны, оформлять результаты переговоров.

Знание как быть:

Должен иметь этические ценности, основанные на культуре, общественном мнении, традициях, обычаях, социальных нормах ориентирующих его на умение работать в команде, отстаивать свою точку зрения, предлагать новые решения, соотносить свое мнение с мнением коллектива, подчиниться коллективному решению.

Высокие требования к компетентности на рынке труда обязывают современных специалистов видеть социальную ответственность бизнеса, уделять внимание таким проблемам, как безопасность выпускаемой продукции, охрана окружающей среды. Ему должны быть присущи личные амбиции, не вступающие в противоречие с интересами коллектива.