

Язык обучения

Русский

Дата создания

30-05-2024

Дата отправки заявки

30-05-2024

Номер заявки

041401-034-24

Дата регистрации в Реестре

19-07-2024

Регистрационный номер

041401-034-4063-24

QR код**Регион**

город Алматы

Организация ТипПО

ГККП "Алматинский государственный бизнес колледж"

Партнер-разработчик (работодатель)

ТОО «Exprobest»

Уровень образования

Техническое и профессиональное

Направление подготовки

041 Бизнес и управление

Специализация подготовки

0414 Маркетинг и реклама

Код и наименование специальности

04140100 Маркетинг (по отраслям)

Код и наименование квалификации(-ий)

4S04140103 Маркетолог

Уровень по НРК

4

Цель образовательной программы

Подготовка специалистов для разработки и реализации комплекса мер по продвижению товаров и услуг путем проведения маркетинговых исследований и коммуникационных кампании.

Профессиональный стандарт (при наличии)

Деятельность в сфере анализа рынков. Приложение №89 к приказу НПП РК «Атамекен» от 26.12.2019 г. №263, Менеджмент социальных сетей (SMM). Приложение №88 к приказу НПП РК «Атамекен» от 26.12.2019 г. №263, Управление брендом. Приложение №92 к приказу НПП РК «Атамекен» от 26.12.2019 г. №263

Профессиональный стандарт WorldSkills (при наличии)

Нет

Форма обучения

Очная

База образования

Техническое и профессиональное

Общий объем кредитов

75

Дата, № протокола заседания Индустриального совета (совета работодателей)

30.01.2024 г. №1

Дата, № протокола заседания учебно-методического совета

21.02.2024 г. №3

Отличительные особенности образовательной программы

Нет

Подход

Модульно-компетентностный

Лицензия

лицензия рус маркетолог-.pdf

Перечень компетенций

| № | Индекс компетенции | Наименование компетенции |
|---|--------------------|--|
| 1 | К 1. | Демонстрировать стремление к физическому самосовершенствованию, ориентироваться на здоровый образ жизни. |
| 2 | К 2. | Владеть основами правовой системы, проявлять гражданскую позицию в сфере антикоррупционных явлений. |
| 3 | К 3. | Осознавать себя и свое место в обществе, толерантно воспринимать социальные, политические, этнические, конфессиональные и культурные различия. |
| 4 | К 4. | Участвовать в проведении маркетинговых исследований. |
| 5 | К 5. | Проводить коммуникационные кампании по формированию имиджа и деловой репутации организации. |
| 6 | К 6. | Вести продвижение товаров, услуг с помощью интернета в программе. |
| 7 | К 7. | Организовать подготовку простых форм маркетинговой отчетности (в Word, Excel). |

Содержание и объём модулей (дисциплин)

| № | Модули (дисциплины) | Краткое описание модулей (дисциплин) | Результаты обучения | Количество кредитов по модулю (дисциплине) | Количество часов по модулю (дисциплине) | Индекс компетенции | Форма итогового контроля |
|--|--|---|---|--|---|--------------------|--------------------------|
| Общеобразовательные дисциплины | | | | | | | |
| Общеобязательные модули (общегуманитарные и социально-экономические дисциплины) | | | | | | | |
| 1 | ООМ.1. Развитие и совершенствование физических качеств | Социально-биологические и психофизиологические основы физической культуры; основы физического и спортивного самосовершенствования; основы здорового образа жизни. | РО 1.1. Укреплять здоровье и соблюдать принципы здорового образа жизни. РО .12. Совершенствовать физические качества и психофизиологические способности. | 1 | 24 | К 1. | З |
| 2 | ООМ 2. Применение основ социальной | Формирование культуры мышления на основе изучения философской картины мира; | РО 2.1. Понимать морально-нравственные ценности и нормы, формирующие толерантность и активную личностную позицию. | 3 | 72 | К 2., К 3. | З |

| № | Модули (дисциплины) | Краткое описание модулей (дисциплин) | Результаты обучения | Количество кредитов по модулю (дисциплине) | Количество часов по модулю (дисциплине) | Индекс компетенции | Форма итогового контроля |
|--|---|--|---|--|---|--------------------|--------------------------|
| | ых наук для социализации и адаптации в обществе и трудовом коллективе | понимания сущности и предназначения культуры; соблюдения гражданских прав и обязанностей; понимания закономерностей и перспектив развития общества, тенденций развития социально-политических процессов современного мира, системы государственно-правовых отношений и явлений; антикоррупционное законодательство и формирование антикоррупционной культуры; понимания функционирования системы взаимоотношений граждан и других субъектов политики в обществе. | <p>РО 2.2. Понимать роль и место культуры народов Республики Казахстан в мировой цивилизации.</p> <p>РО 2.3. Владеть сведениями об основных отраслях права.</p> <p>РО 2.4 Владеть основными понятиями социологии и политологии</p> | | | | |
| Базовые и профессиональные модули (общепрофессиональные и специальные дисциплины) | | | | | | | |
| 1 | ПМ 1. Участие в маркетинговых исследованиях | Разработка и реализация комплекса мер по продвижению и продаже группы товаров, принципы поиска, сбора, обработки информации; выполнение требований нормативных документов и стандартов по качеству товаров (услуг); современные требования к экологической и промышленной безопасности; технологий мониторинга конкурентов; изучение процессов товародвижения в системе логистики; методы воздействия на потенциальных клиентов; методы нейромаркетинга; изучение и исследование международного рынка в маркетинговой сфере. | <p>РО 1.1. Характеризовать особенности продвигаемого продукта.</p> <p>РО 1.2. Характеризовать преимущества и особенности видов маркетинга и модели рынка.</p> <p>РО 1.3. Классифицировать системный подход в логистике.</p> <p>РО 1.4. Осуществлять процедуры сбора, обработки и распределения маркетинговой информации.</p> <p>РО 1.5. Анализировать требования потребителей к продукту на основе результатов маркетинговых исследований.</p> <p>РО 1.6. Выявлять особенности маркетинговой деятельности на международном рынке.</p> | 15 | 360 | К 4. | Э |
| 2 | ПМ 2. Формирование имиджа и деловой репутации организации | Разработка и реализация комплекса мер по формированию имиджа компании и продвижение бренда товара на рынок; разработка планов презентации продукта, PR-акций, рекламных акций по | <p>РО 2.1. Изучить инструменты прямого маркетинга.</p> <p>РО 2.2. Разрабатывать планы презентации продукта, PR-акций, рекламных акций по стимулированию продаж.</p> <p>РО 2.3. Исследовать различные методы и приемы коммуникаций.</p> <p>РО 2.4. Решать организационные вопросы по управлению компании с применением</p> | 12 | 288 | К 5. | З |

| № | Модули (дисциплины) | Краткое описание модулей (дисциплин) | Результаты обучения | Количество кредитов по модулю (дисциплине) | Количество часов по модулю (дисциплине) | Индекс компетенции | Форма итогового контроля |
|--------------------------|--|--|---|--|---|--------------------|--------------------------|
| | | стимулированию продаж; решение организационных вопросов по управлению компании с применением инструментов коммуникации; социальная компетентность и ответственность; корпоративная культура и деловая репутация компании. | инструментов коммуникации. РО 2.5. Участвовать в разработке бренда организации. | | | | |
| 3 | ПМ 3. Продвижение продукции, услуг в Интернете | Осуществление эффективной маркетинговой деятельности в социальных сетях и проведение аналитических исследований потребителей и посетителей сайта и социальных страниц компании; заполнение различных видов контент-планов в программах продвижения и обновление контента, согласно установленного плана и задач компании; оценка эффективности интернет-рекламы; | РО 3.1. Охарактеризовать основные понятия интернет-маркетинга и его разновидности. РО 3.2. Заполнять контент-план в программах продвижения. РО 3.3. Работать в программах продвижения. РО 3.4. Сопровождать и вести профили в социальных сетях. РО 3.5. Обрабатывать и обновлять контент, согласно установленного плана и задач компании. | 13 | 312 | К 6. | Э |
| 4 | ПМ 4. Подготовка простых форм маркетинговой отчетности (в Word, Excel) | Подготавливать предварительные маркетинговые отчеты компании в рамках определенных задач и утвержденных целевых индикаторов; создание простых форм отчетности по маркетингу; внесение собранной информации в сформированную базу данных, используя специализированные программы, а также возможности MS Excel. | РО 4.1. Производить сбор информации по ключевым задачам и целевым индикаторам маркетинговой программы компании. РО 4.2. Предварительно обрабатывать полученную информацию. РО 4.3. Создавать простые формы отчетности по маркетингу. | 13 | 312 | К 7. | Э |
| Промежуточная аттестация | | | | 2 | 48 | | |
| Итоговая аттестация | | | | 1 | 24 | | |
| Самостоятельная работа | | | | 15 | 360 | | |
| Факультативные занятия | | | | 5 | 120 | | |
| Консультации | | | | 4 | 96 | | |

Заявка на включение образовательной программы

ГККП "Алматинский государственный бизнес колледж" направляет для проведения экспертизы и размещения в Реестре технического и профессионального, послесреднего образования образовательную программу по специальности 04140100 Маркетинг (по отраслям), квалификации/ям 4S04140103 Маркетолог

Наличие лицензии по данной специальности: Имеется

Руководитель: Сманов Галым Илесханович

Исполнитель: Нуркасова Жанат Алтыбаевна

Сотовый телефон: 87078328547

Адрес электронной почты: zhanelya.nurkasova@mail.ru