

"ТУРАН-АСТАНА" УНИВЕРСИТЕТИ



Утверждено на заседании
Академического комитета
Председатель
Аимкулов Р.А.

« 02 » / 09 2025 г.

**ПЛАН РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
«6В04108 – МАРКЕТИНГ»
на период 2025-2029 годы**

АСТАНА - 2025

План развития образовательной программы «БВ04108 - Маркетинг»

Утверждена Академическим комитетом Высшей школы Бизнеса и цифровых технологий
(протокол № 1 от « 02 » 09 2025 г.);

Одобрена на заседании кафедры (протокол от 02.09.2025 № 1);

Заведующий кафедрой



(подпись)

Жунусова А.Ж.

(И.О. Фамилия)

Составлено руководителем ОП совместно с эдвайзерами:

Руководителем ОП



(подпись)

Атирбеков А.Ш.

(И.О. Фамилия)

1. ПАСПОРТ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1	Основания для разработки плана развития ОП (ПРОП)	1. Концепция развития высшего образования и науки Республики Казахстан на 2023-2029 года 2. Программа (стратегия) развития университета «Туран-Астана» на 2025 - 2029 годы
2	Разработчики ПРОП	Высшая школа бизнеса и цифровых технологий Кафедра «Бизнес-администрирование» Заведующий кафедрой – РнД Жунусова А.Ж. Руководитель образовательной программы – магистр, ст. преподаватель Атирбеков А.Ш. Работодатели: 1. Бектаев А.К. – Маркетолог по оперативному маркетингу ТОО «Samsung Kazakhstan» 2. Абенюв Е.К. - директор ТОО «Таймас» 3. Закиров Н.К. директор - ТОО «GNB»
3	Сроки реализации ПРОП	2025-2029 учебные годы
4	Источники финансирования	1. Собственные средства университета 2. Государственные гранты и субсидии 3. Международные гранты и фонды 4. Частные инвестиции 5. Корпоративные партнерства 6. Спонсорская поддержка
5	Уникальность ОП	Образовательная программа «Маркетинг» включает в себе сочетание фундаментальной экономической подготовки с современными цифровыми инструментами и практической ориентацией обучения. Программа формирует у студентов навыки стратегического и аналитического мышления, работы с данными и продвижения брендов в цифровой среде. Акцент делается на проектной деятельности, сотрудничестве с бизнесом и развитии индивидуальной образовательной траектории.
6	Ожидаемые результаты от реализации ПРОП	Повышение качества подготовки специалистов за счёт обновления содержания и методов обучения, расширения практико-ориентированных форм работы и цифровых компетенций студентов. Укрепление связей с работодателями и развитие проектной деятельности. Рост конкурентоспособности программы, увеличение привлекательности для абитуриентов и востребованности выпускников на рынке труда.
7	Основные партнеры ОП	1. Бектаев А.К. – Маркетолог по оперативному маркетингу ТОО «Samsung Kazakhstan» 2. Абенюв Е.К. - директор ТОО «Таймас» 3. Закиров Н.К. директор - ТОО «GNB»

2. АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ПРОГРАММЫ

2.1 Оценка текущего состояния образовательной программы

Кафедра «Бизнес-администрирование» осуществляет подготовку специалистов по образовательной программе «6В04108 - Маркетинг» на государственном, русском и английском языках (бакалавр).

Учебный материал охватывает современные теоретические и практические аспекты маркетинга, включая изучение поведения потребителей, маркетинговых исследований, брендинга, цифрового и стратегического маркетинга, рекламы и PR. Особое внимание уделяется аналитике, управлению продуктом, ценообразованию и продвижению в онлайн-среде. Материал сочетает лекции, кейсы, проектную работу и использование профессиональных инструментов цифрового маркетинга.

Оценка актуальности учебного материала - учебный материал соответствует современным требованиям рынка труда и тенденциям развития маркетинговой сферы. Содержание дисциплин регулярно обновляется с учётом цифровизации, развития аналитических инструментов и изменения потребительского поведения. Привлечение практиков и использование реальных кейсов обеспечивает прикладной характер и высокую актуальность программы.

Оценка учебных материалов и ресурсов - для студентов программы доступны современные учебники, методические материалы, кейсы, а также электронные образовательные ресурсы. Используются мультимедийные технологии, базы данных научных статей и практических исследований. Библиотечный фонд и электронная библиотека университета регулярно обновляются актуальной отечественной и зарубежной литературой по маркетингу.

Практическая направленность ОП – образовательная программа 6В04108 «Маркетинг» ориентирована на применение теоретических знаний в реальных бизнес-задачах. Студенты участвуют в проектной и исследовательской деятельности, разрабатывают маркетинговые стратегии, проводят анализ рынка и создают рекламные кампании. Обучение включает прохождение практики, стажировки, работу с кейсами компаний и использование современных цифровых инструментов маркетинга.

2.2 Определение сильных и слабых сторон

По итогам проведенного *SWOT – анализа* образовательной программы определены сильные и слабые стороны существующей образовательной программы:

S (Strenght)– сильные стороны (потенциально-позитивные внутренние факторы)	W (weakness)– слабые стороны (потенциально негативные внутренние факторы)
1. Наличие тесной связи со структурными единицами образовательной корпорации «Туран» по приоритетным, профильным направлениям развития. 2. Позитивный имидж университета за счет бренда образовательной корпорации «Туран». 3. Соответствие миссии, целей и задач	1.Отсутствие комплексного участия в международных образовательных программах. 2. Недостаточное прохождение повышения квалификации ППС в зарубежных вузах, научных центрах и участие во внешней академической мобильности. 3. Недостаточный уровень публикаций в

<p>приоритетам экономических реформ Казахстана во всех областях и сферах деятельности.</p> <p>4. Стабильное финансовое положение вуза.</p> <p>5. Материально-техническая база соответствует современным требованиям.</p> <p>6. Современная система использования информационных технологий ППС и студентами</p> <p>7. Совместные с работодателями ОП, которые являются признанным инструментом повышения конкурентоспособности специальности</p>	<p>международных журналах с высоким импакт-фактором.</p> <p>4. Слабый уровень интернационализации состава ППС и обучающихся.</p>
<p>О (opportunity)– благоприятные возможности (потенциально позитивные внешние факторы</p>	<p>Т (threat)– угрозы (потенциально-негативные внешние факторы)</p>
<p>1. Хорошие возможности для расширения международного образовательного сотрудничества.</p> <p>2. Привлечение работодателей к формированию компетенций выпускников, к непосредственному обучению и оценке качества ОП.</p> <p>3. Поддержка и развитие предпринимательства студентов и ППС через бизнес-инкубатор «Startup Univer».</p>	<p>1.Изменение конъюнктуры образовательного рынка.</p> <p>2.Повышение конкуренции на рынке образовательных и инновационных услуг.</p> <p>3.Низкая заинтересованность предприятий и структур малого и среднего бизнеса в сотрудничестве с вузами.</p> <p>4.Мировой экономический кризис и его прямое и косвенное воздействие на инфраструктуру образовательной среды</p> <p>5.Нестабильность доходов населения, промышленных предприятий, субъектов малого и среднего бизнеса, которые выступают заказчиками квалифицированных кадров</p>

3 ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ ОП

Миссия ОП - формирование высококвалифицированных, креативных и ответственных специалистов в области маркетинга, способных эффективно разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии в условиях цифровой экономики. Программа направлена на подготовку профессионалов, соединяющих аналитическое мышление, инновационный подход и ориентацию на потребности бизнеса и общества.

Цели ОП – подготовка специалистов, обладающих современными знаниями и практическими навыками в маркетинге, способных разрабатывать стратегии, принимать управленческие решения и эффективно работать с цифровыми инструментами в условиях динамичного рынка.

Основные задачи ОП:

1. Определяет требования к выпускникам программы и их профессиональным компетенциям.
2. Регламентирует последовательность и модульность освоения общекультурных и профессиональных компетенций посредством рабочего учебного плана.
3. Формирует современное информационное и учебно-методическое обеспечение образовательного процесса.
4. Определяет цели, задачи и содержание учебных дисциплин учебного плана, их место в структуре ОП по направлению и профилю подготовки.
5. Устанавливает критерии и средства оценки аудиторной и самостоятельной работы студентов, а также качества освоения образовательной программы.

Кафедра «Бизнес-администрирование» осуществляет подготовку бакалавров по образовательной программе «БВ04108 - Маркетинг», ориентируясь на потребности экономики и бизнеса.

Модель выпускника данной ОП – профессиональная деятельность выпускника по ОП «БВ04108 - Маркетинг». Это специалист, обладающий современными теоретическими знаниями и практическими навыками в маркетинге, включая стратегический, цифровой и аналитический маркетинг. Он умеет разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять брендом и продуктами, анализировать рынок и поведение потребителей. Готов к проектной и исследовательской деятельности, работе с цифровыми инструментами, сотрудничеству с компаниями и принятию обоснованных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды.

Схематически модель выпускника приведена в Приложении 1.

4. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Совершенствование содержания образовательных программ, направленных на формирование конкурентоспособных кадров на основе интеграции науки, образования и производства.

План мероприятий по развитию образовательной программы:

№ п/п	Задачи (целевые индикаторы)	Планируемые мероприятия и ожидаемые результаты	Сроки выполнения	Ответственные лица
1. Актуализация ОП				
1.1	Обеспечение учебно-методической базы образовательных программ	<ul style="list-style-type: none"> - Формирование учебно-методической документации по обеспечению образовательных программ: рабочие учебные программы (силлабусы); контент дисциплины; программ практик на основной платформе для управления учебным процессом в целях движения к модели Smart University. <p><i>Ожидаемый результат: повышение качества образовательных услуг</i></p>	В течение года, ежегодно	Заведующий кафедрой, ППС кафедры
1.2	Повышение объема и качества методического обеспечения образовательных программ	<ul style="list-style-type: none"> - Формирование плана издания учебно-методической литературы. - Контроль над выполнением плана издания учебно-методической литературы. - Обновление учебной и учебно-методической литературы по дисциплинам и электронным изданиям. - Разработка и внедрение собственных MOOK (массовых открытых онлайн-курсов) для цифровизации учебного процесса <p><i>Ожидаемый результат: обеспечение удовлетворенности обучающихся качеством предоставляемых образовательных услуг</i></p>	В течение года, ежегодно	Заведующий кафедрой, ППС кафедры
1.3	Обеспечение учебного процесса и контроль качества образования	<ul style="list-style-type: none"> - Планирование объема учебной нагрузки ППС образовательной программы; - Контроль за выполнением учебной нагрузки ППС образовательной программы; - Контроль за проведением промежуточных аттестаций, экзаменационных сессий, мониторинг результатов обучения. <p><i>Ожидаемый результат: повышение качества образовательных программ кафедры</i></p>	В течение года, ежегодно	Заведующий кафедрой

1.4	Развитие предпринимательства и стартап-культуры	<ul style="list-style-type: none"> - Формирование предпринимательской культуры через модуль по предпринимательству в ОП. - Участие студентов в освоении дополнительных образовательных программ (Minor) по предпринимательству или бизнесу. <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли студентов с предпринимательскими навыками числа успешных стартапов</i></p>	2025 - 2029гг.	Заведующий кафедрой, Рук.ОП, ДНИ. Центр предпринимательства
1.5	Развитие непрерывного образования	<ul style="list-style-type: none"> - Проведение мероприятий, направленных на преемственность уровней образования в контексте непрерывности - Ориентация на ценности непрерывного образования: самосовершенствование, поиск путей решения проблем, коммуникабельность и др. <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли выпускников, продолжающих обучение в магистратуре</i></p>	В течение года, ежегодно	Заведующий кафедрой, ППС кафедры
1.6	Развитие полиязычных образовательных программ	<ul style="list-style-type: none"> - Заключение договоров по международному сотрудничеству с зарубежными профессорами ведущих вузов для чтения лекций. - Внедрение полиязычной группы с английским языком обучения. <p><i>Ожидаемый результат: повышение качества ОП, предоставляемого кафедрой и удовлетворенность обучающихся</i></p>	2025-2029 гг.	Заведующий кафедрой
2. Разработка и внедрение новых образовательных технологий и систем поддержки обучения				
2.1	Совершенствование образовательных программ и внедрение в учебный процесс современных образовательных технологий	<ul style="list-style-type: none"> - Согласование и разработка образовательной программы с учетом потребностей работодателей. - Создание новых, адаптированных к современным условиям образовательных программ с учетом требований работодателей, достижений науки и техники. - Внедрение технологий дополненной и виртуальной реальности для семинаров, лабораторных занятий (практических занятий). - Внедрение электронных портфолио для студентов. - Адаптация образовательной 	2025-2029	Заведующий кафедрой, ППС

		<p>программы для лиц с особыми потребностями (инклюзивного образования).</p> <p>- Адаптация и аккредитация ОП сертификационными программами, в том числе и международном уровне.</p> <p><i>Ожидаемые результаты: увеличение доли дисциплин, вводимых в ОП по рекомендациям; обеспечение обновляемости ОП</i></p>		
2.2	Формирование контингента	<p>- Проведение работы по формированию контингента обучающихся с фокусом на количественный рост и повышение качества абитуриентов</p> <p><i>Ожидаемые результаты: увеличение количества студентов и привлечение талантливой молодежи</i></p>	2025-2029	Заведующий кафедрой, ППС, ДМиП
3. Сотрудничество с работодателями и представителями баз практик на системной основе				
3.1	Привлечение работодателей, выпускников, обучающихся к реализации ОП	<p>- Увеличение договоров о взаимодействии и сотрудничестве с ведущими предприятиями и организациями;</p> <p>- Ежегодное проведение мероприятий по содействию в трудоустройстве выпускников.</p> <p><i>Ожидаемый результат: Привлечение на обучение по госзаказу и заказу организации</i></p>	2025-2029	Заведующий кафедрой Рук. ОП
3.2	Мониторинг удовлетворенности и заказчиков качеством предоставляемых образовательных услуг	<p>- Ежегодное анкетирование бывших выпускников выпускных курсов, прошедших практику.</p> <p>- Мониторинг удовлетворенности работодателей качеством подготовки специалистов.</p> <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли выпускников с положительными отзывами о качестве подготовки специалистов</i></p>	1 раз в год	Заведующий кафедрой Рук. ОП
3.3	Установление научных и производственных связей с предприятиями, бизнес-структурами и другими организациями	<p>- Нахождение бизнес-партнеров для поддержки стартапов, основанные на новых научных разработках с целью обеспечения ресурсами и инфраструктурой для их развития.</p> <p><i>Ожидаемый результат: Увеличение числа молодых ученых среди ППС кафедры</i></p>	ежегодно	Заведующий кафедрой
4. Развитие научно-исследовательской и инновационной деятельности				

4.1	Привлечение к научной деятельности обучающихся	<ul style="list-style-type: none"> - Активировать обучающихся к участию в исследовательской работе. - Привлечение обучающихся к выполнению кафедральных научных исследований. - Организация ежегодных республиканских, международных конференции, конкурсов, круглых столов, научных марафонов. - Участие в междисциплинарных исследованиях. <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли обучающихся, участвующих в различных научных семинарах, конференциях</i></p>	ежегодно	Заведующий кафедрой, ППС кафедры
4.2	Повышение показателей успехов в развитии науки и расширение международных контактов	<ul style="list-style-type: none"> - Повышение публикационной активности совместно с ППС. - Активизация публикации в изданиях, рекомендованных уполномоченным органом. - Развитие сотрудничества кафедры с национальными компаниями и частными предприятиями - Установление новых контактов с партнерами университета из числа зарубежных университетов, научно-исследовательских центров. - Участие в международных образовательных семинарах. - Поддержка деловых контактов с учеными других Вузов РК по следующим направлениям: <ol style="list-style-type: none"> 1) проведение объединенных научных исследований и научных мероприятий; 2) подготовка и публикация статей, совместных учебных пособий, коллективных монографий; 3) рецензирование и оппонирование диссертаций, научных статей, методических пособий; 4) заключение договоров на прохождение обучающихся исследовательских практик. <p><i>Ожидаемые результаты: увеличение количества научных публикаций в журналах с импакт-фактором, входящих в международные наукометрические базы данных (ThomsonReuters, WebofScience, Scopus,</i></p>	ежегодно	Заведующий кафедрой, ППС кафедры ДНИ

		<p><i>SciDirect), увеличение количества публикации в изданиях, рекомендованных ККСОН МОН РК, формирование научных проектов, программ повышение показателей привлечения молодых ученых к участию в НИРС/НИРМ/ЭИРМ, расширение международных контактов кафедры, расширение международных контактов кафедры</i></p>		
<p>5. Мотивационные и стимулирующие меры для профессионального роста ППС</p>				
5.1	<p>Мониторинг повышения квалификации ППС</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Разработка и утверждение плана повышения квалификации ППС кафедры на республиканском, международном уровне и на базе университета; - Обучение преподавателей и студентов использованию цифровых инструментов. - Участие ППС в работе научно-методической школы повышения квалификации для ППС по методикам проведения научных исследований, ИИ и другим направления. <p><i>Ожидаемые результаты: увеличение доли преподавателей с профессиональной подготовки</i></p>	<p>ежегодно</p>	<p>Заведующий кафедрой ДНИ</p>
5.2	<p>Обновление кадрового потенциала кафедры</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Проведение конкурсов на замещение вакантных должностей кафедры на основе конкурсного отбора и объективного подхода к оценке деятельности сотрудника; - Обновление кадрового состава ППС кафедры на основе преемственности; - Привлечение к преподавательской и научной деятельности наиболее компетентных выпускников университета, а также специалистов практической сферы деятельности; - Использование международных научных ресурсов для подготовки высококвалифицированных кадров; - Формирование базы вузов-партнеров из числа ведущих 500-700 вузов мира с целью направления сотрудников на стажировку. <p><i>Ожидаемые результаты: увеличение доли докторов наук, кандидатов наук, докторов PhD, принятых на работу</i></p>	<p>ежегодно</p>	<p>Заведующий кафедрой ДАВ</p>

		от общего числа принятых на работу по конкурсу, повышение профессиональной подготовки ППС кафедры		
6. Международное сотрудничество				
6.1	Привлечение зарубежных ученых	<ul style="list-style-type: none"> - Привлечение зарубежных ученых, в том числе из ведущих университетов мира (топ-500-700) для чтения курсов лекций. - Привлечение зарубежных ученых для ведения совместных научно-исследовательских проектов и проведения занятий. <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли иностранных профессоров</i></p>	2025-2029	Заведующий кафедрой ДМС
6.2	Международная интеграция ОП	<ul style="list-style-type: none"> - Увеличение числа иностранных студентов по ОП - Увеличение мобильности студентов и преподавателей. - Увеличение числа студентов, участвующих в международных проектах. - Внедрение программы двойного диплома с зарубежным ВУЗом <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли иностранных студентов и числа студентов в международных проектах.</i></p>	2025-2029	Заведующий кафедрой ДМС
7. Развитие социально-культурной, духовно-патриотической компетенции у обучающихся				
7.1	Вовлечение молодежи в укрепление духовно-нравственных ценностей общенациональной патриотической идеи	<ul style="list-style-type: none"> -Для студентов университета, вовлеченных в общественно-полезную деятельность. -Увеличение вовлеченности студентов и преподавателей в социальные инициативы на 20% и охват индексом SSCI. -Увеличение обучающихся-активистов, деятельность которых направлена на снижение социальных рисков (коррупции, религиозного экстремизма и т.д.). -Увеличение доли обучающихся, участвующих в реализации социально-значимых проектов. <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли вовлеченных студентов в социально-культурных мероприятиях и охват индексом SSCI.</i></p>	систематически	Заведующий кафедрой, ППС кафедры ДМП
7.2	Обучение на льготных	<ul style="list-style-type: none"> - Поддержка детей-сирот, детей из малообеспеченных семей, обучаемых 	2025-2029	Заведующий кафедрой

	условиях детей из малообеспеченных семей, детей-сирот и детей с особыми потребностями	на льготных условиях <i>Ожидаемый результат: поддержка студентов по льготному обучению</i>		
7.3	Патриотическое воспитание молодежи	<ul style="list-style-type: none"> - Увеличение доли молодежи, принимающей активное участие в реализации мероприятий в сфере молодежной политики и патриотического воспитания; - Увеличение доли студентов, участвующих в деятельности молодежных организаций, организаций местного самоуправления и студенческого Самоуправления; - Увеличение доли студентов, участвующих в благотворительных, патриотических, научно-технических, культурных, спортивных и иных акциях; - Охват студентов превентивными мероприятиями по снижению рисков и профилактике коррупционных преступлений, наркомании, религиозного экстремизма; - Увеличение количества студентов-призеров региональных, республиканских, международных мероприятий в РК <p><i>Ожидаемый результат: увеличение доли молодежи, принимающей активное участие в реализации мероприятий в сфере молодежной политики и патриотического воспитания</i></p>	систематически	Заведующий кафедрой, ППС кафедры

5. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ РИСКОВ

Для успешного функционирования образовательной программы оказывают влияние различные виды рисков и для их минимизации предусмотрены следующие мероприятия:

№	Основные риски	Возможные последствия	Меры по минимизации рисков
1	Конкуренция на рынке образовательных услуг	Появление новых университетов с подобными образовательными программами	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение маркетинговых исследований рынка государственных услуг и образовательных программ. 2. Развитие партнерств с зарубежными университетами для реализации программ академической мобильности и двойных дипломов. 3. Участие в международных образовательных форумах, конференциях и научных симпозиумах по вопросам маркетинговых исследований. 4. Привлечение высококвалифицированных преподавателей и практиков из сферы маркетинговой деятельности. 5. Разработка инновационных элективных дисциплин с учетом современных трендов.
2	Контингент обучающихся	Снижение числа поступающих на ОП	<ol style="list-style-type: none"> 1. Комплексный анализ образовательных потребностей абитуриентов и разработка стратегии продвижения программы. 2. Введение курсов, отражающих современные тенденции в сфере развития маркетинга. 3. Акцент на развитие цифровых и языковых компетенций. 4. Проведение профориентационных мероприятий: «Дни открытых дверей», мастер-классы, посещение бренд компаний с продвинутым маркетингом.
3	Изменения в законодательстве	Изменение норм и правил в образовательной сфере и в регулировании маркетинговой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Постоянный мониторинг изменений в образовательном и административном законодательстве Республики Казахстан 2. Адаптация учебных планов в соответствии с профессиональными стандартами и современными требованиями рынка. 3. Включение в программу дисциплин, связанных с правовым регулированием в маркетинговой деятельности и управлением маркетинговыми ресурсами.

4	Экономические и социальные кризисы	Снижение доступности обучения и уменьшение спроса на маркетинговые услуги	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обеспечение поддержки через гранты и государственные образовательные программы. 2. Развитие партнерств с государственными органами, бизнес-структурами и общественными организациями для дополнительного финансирования образовательных и исследовательских проектов 3. Внедрение онлайн-курсов и гибких форматов обучения.
5	Устаревание ТСО. Несоответствие учебных материалов последним достижениям в области цифровых технологий.	Недостаточная цифровизация и устаревшие ресурсы снижают качество подготовки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ежегодное обновление программного обеспечения, используемого в образовательном процессе (информационные системы управления, аналитические платформы). 2. Закупка современного оборудования для моделирования управленческих и административных процессов. 3. Разработка цифровых учебных курсов и интерактивных обучающих платформ.
6	Неэффективное взаимодействие в сфере маркетинговой деятельности	Ограниченные возможности для практики и трудоустройства выпускников	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подписание меморандумов о сотрудничестве с государственными органами, исследовательскими центрами и организациями частного сектора. 2. Проведение мастер-классов и гостевых лекций с участием специалистов в сфере маркетинга и брендинга. 3. Организация стажировок и учебных практик на базе государственных и частных компаний.

6. МОНИТОРИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Эффективность целей образовательной программы будет систематически оцениваться через плановое рассмотрение на заседаниях кафедры, академическом комитете школ, деканата вопросов об успеваемости студентов, о результатах практики, об уровне остаточных знаний, о качестве защиты дипломных проектов или сдачи комплексных экзаменов, о степени удовлетворённости студентов качеством обучения, количество выпускников, трудоустроенных по ОП.

Для оценки и мониторинга эффективности образовательной программы можно использовать различные критерии и показатели, которые помогут выявить сильные и слабые стороны программы, а также определить области для улучшений. Ниже приведены критерии для оценки и мониторинга эффективности образовательной программы

№	Критерии/Показатели/ Методы сбора информации	Периодичность мониторинга	Ответственные за исполнение
1	Мониторинг качества образовательной программы/Соответствие актуальности материала, степень обновления программы:		
1.1	Внутренний мониторинг (анкетирование обучающихся)	Раз в год	Руководители ОП ЦОК
1.2	Внешний мониторинг: (опрос работодателей и госсектора, оценка выпускников в сообществе работодателей, анализ КЭД и ОП, результаты аккредитации, рейтингов, сертификации (при наличии))	Раз в год	Зав. кафедрой Руководители ОП Рук. ЦПТК
2	Инфраструктура и ресурсы/ Доступность учебных материалов, оснащённость аудиторий, ТСО, ИКТ, соответствие учебных материалов последним достижениям в области цифровых технологий в индустрии гостеприимства (опросы студентов, оценка материально-технической базы и электронных ресурсов)	Раз в год	ДАВ Зав. кафедрой КВСОК
3	Компетентность преподавателей/ Уровень квалификации, опыт работы, повышение квалификации (анкетирование обучающихся)	2 раза в год	ЦОК Администрация
4	Методы преподавания/ Разнообразие методов, использование современных технологий (Опросы студентов, наблюдения за занятиями)	Каждый семестр	ЦОК КВСОК ДАВ Деканы школ
5	Удовлетворенность студентов/Оценка качества обучения, условия для учебы (анкеты и опросы студентов, работы с фокус группами)	Раз в год	Рук. ОП ЦОК КВСОК ДАВ

			Деканы школ
6	Результаты успеваемости/Анализ результатов рубежного контроля, экзаменационных сессий (Статистика по оценкам, экзаменационные данные)	По итогам сессии	Зав. кафедрой, Рук. ОП Эдвайзеры
7	Практическая направленность программы/ Количество практик, стажировок, проектов с предприятиями и другими партнерами. Эффективное взаимодействие с индустрией театра и кино (Опросы студентов, анализ практик)	Раз в год	Зав. кафедрой, Рук. ОП ЦПТК
8	Анализ результатов итоговой аттестации/ средний балл, оценки согласно медианы оценки (Статистика по оценкам, данные ИА)	Раз в год (при наличии выпуска)	Зав. кафедрой, Рук. ОП
9	Мониторинг трудоустройства выпускников Доля трудоустроенных выпускников; продолжение обучения; региональное разнообразие. (Анализ трудоустройства, опросы выпускников)	Раз в год и мониторинг в течении года	Зав. кафедрой Ответственное лицо по трудоустройству ЦПТК
10	Мониторинг спроса на образовательную программу/Доводимость обучающихся, наличие спроса на образовательную программу, академические данные на «входе» (Статистика по оценкам вступительных испытаний, анализ востребованности ОП)	Раз в год	Зав. кафедрой, Рук. ОП

**МОДЕЛЬ ВЫПУСКНИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
«6В04108 – МАРКЕТИНГ»**

Модель выпускника ОП «6В04108 - Маркетинг» ориентирована на получение следующих результатов:

Уметь:

- анализировать рынок и поведение потребителей;
- разрабатывать маркетинговые стратегии;
- работать с цифровыми инструментами маркетинга;
- принимать обоснованные управленческие решения.

Знать и понимать:

- основы маркетинга, экономические и потребительские закономерности;
- методы маркетинговых исследований и анализа данных;
- принципы брендинга, продвижения продуктов и услуг;
- современные цифровые инструменты маркетинга (SMM, SEO, контент-маркетинг, аналитика);
- этические и правовые аспекты маркетинговой деятельности.

Быть компетентным в вопросах:

- разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- анализа рынка, поведения потребителей и конкурентной среды;
- управления брендом и продуктами;
- использования цифровых инструментов маркетинга и аналитики;
- планирования рекламных кампаний и коммуникаций с целевой аудиторией.

Критерий	Показатели	Метод сбора данных	Ожидаемый результат	Ответственный	Периодичность мониторинга
Качество содержания программы	Соответствие актуальности и материала, степень обновления программы	Анализ учебных планов, опросы студентов	Высокая актуальность и современность содержания	Преподаватели, администрация	Раз в год
Компетентность преподавателей	Уровень квалификации, опыт работы, результаты аттестации	Опросы студентов, анкеты, аттестации	Преподаватели с высокой квалификацией и опытом	Деканат, администрация	Раз в год
Методы преподавания	Разнообразие методов, использование новых технологий	Опросы студентов, наблюдения за занятиями	Применение современных методов обучения	Преподаватели	Каждый семестр
Удовлетворенность студентов	Оценка качества обучения, условия для учебы	Анкеты и опросы студентов	Высокий уровень удовлетворенности студентов	Студенты, администрация	Каждый семестр
Результаты успеваемости	Средний балл, количество студентов, сдавших экзамены и зачеты	Статистика по оценкам, экзаменационные данные	Высокие результаты успеваемости	Преподаватели, учебный отдел	Каждый семестр
Практическая направленность программы	Количество практик, стажировок, проектов с предприятиями	Опросы студентов, анализ практик	Реализация практик и стажировок с участием внешних партнеров	Кафедра, отдел практики	Раз в год
Инфраструктура и ресурсы	Доступность учебных материалов, оснащенность аудиторий	Опросы студентов, оценка материально-технической базы	Обеспеченность всем необходимым для обучения	Администрация, технический отдел	Раз в год
Адаптация программы под	Соответствие программы потребности	Исследования, анализ вакансий,	Программа отражает текущие и	Администрация, кафедра	Раз в два года

изменения рынка труда	м рынка, подготовка к новым требованиям	обратная связь от работодател ей	будущие потребности рынка труда		
Мониторинг трудоустройст ва выпускников	Процент трудоустрое нных выпускнико в в своей специальнос ти	Анализ трудоустрой ства, опросы выпускнико в	Высокий уровень трудоустройс тва в своей области	Отдел карьерных услуг	Раз в год