

«Мұхамеджан Тынышбаев атындағы ALT университеті» АҚ



БЕКІТЕМІН
«ALT университеті» АҚ ҒК төрағасы
М.С.Жармағамбетова
«ALT университеті» АҚ Ғылыми кеңесінің шешімі
«2» 05 2025 жыл (№ 10 хаттама)

**Бейіндік магистратураға
түсушілерге арналған әңгімелесу бағдарламасы**

Білім беру бағдарламасы
7M04172 - Маркетинг және бизнес аналитика

Алматы, 2025 ж

Қабылдау емтиханының бағдарламасы 2025 жылғы 21 сәуірі №9 хаттамамен «Көлік қызметтері және бизнес» кафедрасының отырысында талқыланып, оң шешім қабылданды.

**Көлік қызметтері және бизнес»
кафедрасының меңгерушісі**



Мусалиева Р.Д.

Қабылдау емтиханының бағдарламасы 2025 жылғы 29 мамыр №5 хаттамамен «Логистика және бизнес» институтының кеңес отырысында қаралды және ұсынылды.

**«Логистика және бизнес»
институтының төрайымы**



Мусаева Г.С

МАЗМҰНЫ

1	Сұхбаттың мақсаты.....	4
2	Әңгімелесу өткізу тәртібі.....	4
3	Сұхбатты бағалау критерийлері.....	4
4	Сұхбат сұрақтары.....	5
5	Ұсынылатын әдебиеттер	5

1.1. Сұхбаттың мақсаты

"Мұхамеджан Тынышпаев атындағы АЛТ Университеті" АҚ 7M04172 - Маркетинг және бизнес аналитика білім беру бағдарламасы бойынша магистратураға оқуға қабылдау ақылы негізде әңгімелесу нәтижелері бойынша жүзеге асырылады. Мемлекеттік немесе азаматтық қызметтегі білім беру бағдарламасының бейіні бойынша басшы лауазымында кемінде 5 жыл жұмыс тәжірибесі бар немесе білім беру бағдарламасының бейіні бойынша кемінде 10 жыл кәсіби өтілі бар адамдар әңгімелесуге қатысуға жіберіледі. Әңгімелесу теориялық және практикалық дайындық деңгейін, магистратурада оқуға түсушінің кәсіби құзыреттілігі мен уәждемесін бағалау мақсатында өткізіледі.

2. Әңгімелесу өткізу тәртібі

Білім беру бағдарламасы бойынша магистратураға түсушілер үшін әңгімелесу 30 минут ішінде өткізіледі. Осы кезеңде оқуға түсуші университет президенті-ректоры бекіткен қабылдау комиссиясының сұрақтарына жауап береді.

Түсушінің таңдауы бойынша әңгімелесу қазақ, орыс немесе ағылшын тілдерінде өтуі мүмкін. Әңгімелесу бейнебайланысты міндетті түрде пайдалана отырып, күндізгі немесе қашықтықтан жүргізіледі. Бейнежазба университет мұрағатында үш жылға дейінгі мерзімге сақталады.

Үміткерлерге әңгімелесу мазмұнына да, бағдарлама профиліне қатысты басқа бөлімдерге де қатысты қосымша сұрақтар қойылуы мүмкін.

Дәлелді себеппен әңгімелесуге келмеген оқуға түсушілер (ауру немесе өзге де құжаттамалық расталған мән-жайлар) бекітілген кестеге сәйкес басқа күні әңгімелесуден өтуге жіберіледі.

Әңгімелесу хаттамалары рәсім аяқталғаннан кейін бірден қабылдау комиссиясының жауапты хатшысына беріледі. Әңгімелесуді өткізуге байланысты барлық даулы мәселелер Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес қаралады.

3. Сұхбатты бағалау критерийлері

Әңгімелесу белгіленген үлгідегі бекітілген хаттама негізінде жүргізіледі, онда түсушінің қойылған сұрақтары мен жауаптары, сондай-ақ қорытынды бағалау жазылады.

Үміткерлерді бағалау университеттің ішкі жүйесі бойынша оқуға түсушінің дайындық деңгейін, кәсіби тәжірибесі мен уәждемесін көрсететін бірқатар критерийлер негізінде жүзеге асырылады. Комиссияның қорытынды шешімі алқалы түрде шығарылады және Комиссияның барлық мүшелері қол қойған хаттама түрінде ресімделеді.

Өту балы сандық түрде белгіленбейді-комиссияның шешімімен кандидаттың магистратурада оқуға қойылатын талаптарға сәйкестігі анықталады.

Оқуға қабылданған түсушілердің әңгімелесу хаттамалары олардың жеке істерінде сақталады.

Таблица 1 - Сұхбатты бағалау критерийлері

Критерийлер	Дескрипторлар	Ұпайлар
Мотивация	Бағдарламаға түсу себептерін дәлелдеу, университетті таңдау, кәсіби және жеке өсудің мақсаттары мен перспективаларын түсіну.	жеткілікті/ жеткіліксіз

Зерттеу құзыреттілігі	Бағдарламаға түсу себептерін дәлелдеу, университетті таңдау, кәсіби және жеке өсудің мақсаттары мен перспективаларын түсіну.	жеткілікті/ жеткіліксіз
Шығармашылық	Стандартты емес шешімдерді ұсына білу, тапсырмалар мен мәселелерді талдауға шығармашылық көзқарасты көрсету.	жеткілікті/ жеткіліксіз
Коммуникативтілік	Өз ойларын нақты және логикалық түрде жеткізе білу, өз көзқарастарын дәлелдей білу, қорытынды жасау.	жеткілікті/ жеткіліксіз
Комиссия шешімі		жеткілікті/ жеткіліксіз

4. Әңгімелесу сұрақтары

1. "Стратегиялық маркетинг" терминін қалай түсінесіз? Оның операциялық бөлмеден айырмашылығы неде?
2. Нарықты маркетингтік зерттеу қандай кезеңдерді қамтиды?
3. "Құндылыққа бағытталған Маркетинг" тұжырымдамасы қандай?
4. SWOT талдауы дегеніміз не және ол маркетингте қалай қолданылатынын түсіндіріңіз?
5. Мақсатты аудиторияны қалай анықтайсыз? Тәжірибеден мысал келтіріңіз.
6. Сізге қандай заманауи цифрлық маркетинг құралдары белгілі? Оларды қалай пайдалануға болады?
7. Табысты деп санайтын танымал компанияның маркетингтік тәсілі туралы сөйлесіңіз.
8. "Тұтынушылық мінез-құлық" дегеніміз не және оған қандай факторлар әсер етеді?
9. Сатып алу туралы шешім қабылдау процесінің негізгі қадамдары қандай?
10. B2B және B2C секторларында тұтынушылардың мінез-құлық үлгілері қалай ерекшеленеді?
11. Қоғамның мәдениеті мен құндылықтары тұтынушылардың таңдауына қалай әсер етеді?
12. "Когнитивті диссонанс" ұғымын тұтынушылардың мінез-құлық контекстінде түсіндіріңіз.
13. Тұтынушының мотивациясын зерттеу үшін қандай әдістер қолданылады?
14. Соңғы жылдары цифрландырудың әсерінен тұтынушылардың мінез-құлықта қандай өзгерістер болды?
15. Маркетингтік коммуникациялар кешеніне (IMC) не кіреді?

5. Ұсынылатын әдебиеттер

5.1 Негізгі әдебиеттер

1. Котлер, Ф. Маркетинг4.0. Разворот от традиционного к цифровому [Текст]: Технологии продвижения в интернете / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван.- Пер. с англ. М.Хорошиловой.- М.: Эксмо, 2021.- 224 с. ISBN 978-5-04-096861-9
2. Маркетинг: общий курс [Текст]: учебное пособие / Под ред. Н.Я. Калужновой, А.Я.Якобсона.- М.: Омега-Л, 2011.- 476 с. ISBN 978-5-370-01494-9
3. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 166 с. — ISBN 978-5-4497-3479-2. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142501.html>

4. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124747.html>

5. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 101 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115862.html>

5.2 Қосымша әдебиеттер

6. Костылева, С. Ю. Экономический маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» / С. Ю. Костылева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 187 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/34306.html>

7. Сатыбалды, С.С. Система маркетинга: взаимодействие хозяйствующих субъектов промышленных отраслей рынков [Текст]: монография / С.С. Сатыбалды.- Алматы, 2015.- 124с. ISBN 978-601-228-891-9

8. Тажиева, С.К. Инновационный маркетинг [Текст]: учебное пособие / С.К. Тажиева.- Алматы: Қазақ университеті, 2018.- 211 с.

9. Дайс, Р. Цифровой маркетинг для чайников [Текст] / Р. Дайс, Р. Хеннеберри.- СПб.: Диалектика, 2019.- 400 с.

10. Гавриков, А. Интернет-маркетинг. Настольная книга - digital - маркетолога [Текст] / А. Гавриков, В. Давыдов, М. Фёдоров.- М.: АСТ, 2021.- 352 с.