

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ  
КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. И. Раззакова

Инженерно-экономический факультет

Кафедра «Экономическая безопасность и маркетинг»

«Согласовано»  
Председатель УМС КГТУ им. И.Раззакова  
Элеманова Р.Ш.  
« 15 » 03 2022 г.

«Утверждаю»  
Ректор КГТУ им. И.Раззакова  
Чыныбаев М.К.  
« 15 » 03 2022 г.



Основная образовательная программа  
высшего профессионального образования

Направление подготовки (специальность)	581000 Маркетинг
	шифр, наименование
Профиль(и) направления(программа)	Маркетинг
Квалификация выпускника	Бакалавр бакалавр/ магистр/специалист(инженер)

Руководитель ООП к.э.н., доцент кафедры «Экономическая безопасность и маркетинг» Шалпыков К.А.

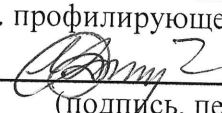
Приказ №18 от 3 февраля 2022 г.  
(приказ назначения руководителя ООП)

Бишкек - 2022

## Лист согласования

Основная образовательная программа разработана в соответствии с требованиями ГОС ВПО по подготовке бакалавров по направлению 581000 «*Маркетинг*»

Автор/ы (составитель/и): Руководитель ООП Шалпыков К.А.

Процесс рассмотрения и утверждения ООП	№ протокола	Подписи (печать)
ООП рассмотрена на заседании кафедры <u><i>Экономическая безопасность и маркетинг</i></u> (наименование учебного подразделения)	протокол № <u><i>10</i></u> от « <u><i>22</i></u> » <u><i>03</i></u> 20 <u><i>22</i></u> г.	Зав. профилирующей кафедры:  (подпись, печать) Ф.И.О. <u><i>Шурбеева М.О.</i></u>
ООП одобрена на заседании Учебно-методической комиссии факультета/института (наименование учебного подразделения)	протокол № <u><i>3</i></u> от « <u><i>25</i></u> » <u><i>03</i></u> 20 <u><i>22</i></u> г.,	Председатель УМК: (подпись, печать) Ф.И.О. <u><i>Шалпыков К.А.</i></u>
*ООП согласована (или обсуждалась/рецензирована) (указать наименование предприятия/учреждения/организации)	Дата: согласования/обсуждения/рецензия <u><i>15.03.2022</i></u>	(должность) <u><i>директор РТК</i></u> (подпись, печать) Ф.И.О. <u><i>Аманжолов А.</i></u>
ООП рекомендована на заседании Учебно-методического совета КГТУ	протокол № <u><i>3</i></u> от « <u><i>15</i></u> » <u><i>03</i></u> 20__ г.,	Председатель УМС: (подпись, печать) Ф.И.О. <u><i>Тимофеев Р.И.</i></u>

\*ООП должна пройти согласование или обсуждение на соответствие требованиям ГОС ВПО и заинтересованных сторон (отраслевой совет, «круглый стол», совещание с представителями производства, рецензирование (рецензия должна быть приложена) и др.)

*Шалпыков К.А.*  
 Шалпыков К.А.



## Содержание

1	Общая характеристика ООП ВПО	стр
2	Модель выпускника ООП ВПО	5
3	Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ООП ВПО. Матрица компетенций.	8
4.	Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП	10
4.1.	Календарный учебный график	10
4.2.	Академический календарь	12
4.3.	Учебные планы	12
4.4.	Каталог модулей дисциплин ООП	12
4.5.	Учебно-методические комплексы дисциплин в соответствии с ГОС ВПО	13
4.6.	Программы практик	13
4.7.	Программа итоговой аттестации	14
4.8.	Организация научно-исследовательской работы	18
5.	Фактическое ресурсное обеспечение ООП ВПО	18
5.1.	Кадровое обеспечение ООП	18
5.2.	Учебное и учебно-методическое обеспечение ООП	19
5.3.	Информационное обеспечение ООП	19
5.4.	Материально-техническое обеспечение ООП	20
6.	Характеристика среды учебного структурного подразделения, обеспечивающая развитие общекультурных компетенций выпускников	22
7.	Система оценки качества освоения студентами ООП	23
8.	Термины и определения	30

## **1. Общая характеристика ООП ВПО**

ООП ВПО, реализуемая КГТУ им. И. Раззакова по направлению «Маркетинг», представляет собой пакет документов, разработанных и утвержденных вузом с учетом потребностей современного рынка труда на основе Государственного образовательного стандарта высшего образования (ГОС ВО) по данному направлению.

ООП ВПО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника бакалавриата по направлению подготовки 581000 «Маркетинг». ООП ВПО включает в себя:

- учебный план,
- календарный учебный график,
- аннотации и рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся,
- программы практик,
- методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Выпускнику бакалавриата присуждается академическая степень «бакалавр маркетинга» по направлению 58100 – «Маркетинг».

## **2. Модель выпускника ООП:**

### **2.1 Сфера профессиональной деятельности**

Выпускники по данному направлению 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.

### **2.2 Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности выпускников 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.

### **2.3 Предмет профессиональной деятельности**

Бакалавры данного направления должны уметь проводить маркетинговые исследования по различным направлениям (исследование рынка, товаров/услуг, потребителей, посредников, конкурентов, маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга) для последующего принятия стратегических решений хозяйствующими субъектами в области сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования (перепозиционирования) товаров/услуг хозяйствующих субъектов, разработки корпоративных и инструментальных стратегий. Реализация таких маркетинговых мероприятий требует от бакалавра владения принципами и методами управленческой деятельности, предприимчивости и деловой активности, умения принимать эффективные маркетинговые решения на основе высокой профессиональной компетенции в области экономики, менеджмента, финансов, кредитования, учета и аудита, эконометрики.

### **2.4 Виды профессиональной деятельности**

Бакалавры по направлению 581000 - Маркетинг могут выполнять следующие виды 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-менеджмент;
- 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; 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. Экспериментально-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 данному направлению 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. Бакалавры могут выполнять учебную работу в качестве ассистента, содержание наполнение методических материалов должно соответствовать для указанного выше уровня преподавания.

## **2.5 Функции профессиональной деятельности:**

- разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности всех подразделений, в том числе: планированию, прогнозированию, управлению 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 формированию рыночной стратегии фирмы;
- осуществление маркетингового анализа и контроля;
- управление и контроль над деятельностью предприятий в целом.

## **2.6 Типовые задачи профессиональной деятельности**

- планирование маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта;
- организация и проведение маркетинговых исследований;
- формирование корпоративных (портфельных, роста, конкурентных) стратегий хозяйствующих субъектов;
- разработка функциональных стратегий (проведение сегментации рынка, выбор целевого рынка, позиционирование);
- разработка и совершенствование товарной и ценовой политики;
- организация системы сбыта и товародвижения продукции предприятия;
- осуществление политики продвижения на рынке;
- реализация маркетинговых стратегий, обеспечивающих конкурентные преимущества на рынке;
- проведение ревизии, аудита и контроля в маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта.

## **3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ООП ВПО. Матрица компетенций.**

Подготовка конкурентоспособных специалистов в сфере материального производства, товарного обращения и сфере услуг, обладающих фундаментальными знаниями, инновационными подходами, исследовательскими навыками для осуществления научной, педагогической, профессионально-практической деятельности, способных к адаптации и успешному освоению смежных областей профессиональной деятельности, а также повышению квалификации, обучению по программам дополнительного образования.

### **3.1 Ключевые компетенции:**

- *в области родного, иностранного языков:* обеспечение условий для овладения грамотной и развитой речью, владение родным и иностранными языками, знаниями в области технологии общения, стратегиями коммуникации, умениями и навыками

конструктивного диалога, общения в поликультурном, полиэтничном и многоконфессиональном обществе;

- **в области фундаментальной математической, естественнонаучной и технической подготовки:** обладать базовыми знаниями по фундаментальным математическим, естественнонаучным и техническим дисциплинам, способствующих формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления;

- **в области компьютерных технологий:** умение применять и использовать информационные технологии в профессиональной деятельности, владеть навыками программирования с использованием современных инструментальных средств;

- **в области социально-культурной деятельности:** иметь представление об этических, духовных и культурных ценностях, об основных закономерностях и формах регуляции социального поведения, о социологических подходах к личности, знать традиции и культуру народов Кыргызстана, знать тенденции развития общества, уметь адекватно ориентироваться в различных социальных ситуациях, креативно мыслить, быть толерантным к традициям, культуре других народов мира, иметь активную жизненную позицию;

- **в области учебной деятельности:** создание условий для развития творческого потенциала, инициативы и новаторства, получения знаний по основополагающим дисциплинам формирующейся науки о маркетинге, приобретения практических навыков, необходимых маркетологу, эффективного закрепления теоретических знаний в период прохождения учебных и производственных практик, осознанного выбора дисциплин специализаций, а также для продолжения студентами обучения на последующей ступени высшего образования, формирование конкурентоспособности выпускников на рынке рабочей силы в сфере экономики и бизнеса, что обеспечит возможность максимально быстрого трудоустройства по специальности; выбора студентами индивидуальных программ в области образования и профессиональной компетентности с учетом личностных предпочтений, специфики вуза, изменяющейся конъюнктуры рынка;

- **в области предпринимательской, экономической деятельности:** обладать основами экономических знаний, иметь научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах, микро-, макроэкономических явлениях, знать и понимать методы государственного регулирования экономики, роль государственного сектора в экономике; иметь представление об основных методах экономического анализа и принятия решений в области маркетинга, о маркетинговых исследованиях, банковской и налоговой системах, вопросах взаимодействия экономической системы с внешними макросредами

(социальной, технологической, информационной, политической, экологической) для уверенного взаимодействия с данными явлениями и процессами в реальной жизни.

#### **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 581000 «Маркетинг»**

##### **4.1. Структура и содержание образовательной программы.**

Структура ООП бакалавриата включает обязательную (базовую) часть и вариативную часть, формируемую вузом (Кыргызским государственным техническим университетом в лице выпускающей кафедры – кафедры экономической безопасности и маркетинга) при непосредственном участии представителей бизнес-сообщества Кыргызской Республики.

В рамках вариативной части ООП обеспечивается подготовка выпускников бакалавриата направления «Маркетинг».

Программа бакалавриата по направлению «Маркетинг» состоит из следующих блоков:

**Блок 1 «Дисциплины (модули)»:** включает дисциплины (модули), относящиеся как к базовой, так и к вариативной части программы. В данном блоке отражен перечень дисциплин, обязательных для освоения, и дисциплин по выбору обучающихся; планируемые результаты освоения в виде кодов компетенций, формируемых в процессе реализации образовательной программы, и в форме требований: знать, уметь, владеть; трудоемкость учебных дисциплин (модулей), выраженная в зачетных единицах.

**Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)»**, в полном объеме относящийся к вариативной части программы.

**Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»**, в полном объеме относящийся к базовой части программы и завершающийся присвоением квалификации «бакалавр».

Общая структура ООП бакалавриата по направлению «Маркетинг» представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура ООП бакалавриата по направлению «Маркетинг»

<b>Структура программы бакалавриата</b>	<b>Объем программы бакалавриата (кредиты)</b>	
	<b>по ГОС</b>	<b>по учебному плану КГТУ</b>

<b>Блок 1</b>	<b>Дисциплины (модули)</b>		
	Базовая часть	165-215	100
	Вариативная часть		100
<b>Блок 2</b>	<b>Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)</b>	15-60	25
	<b>Государственная итоговая аттестация</b>	10-15	15
<b>Блок 3</b>	Базовая часть		
	<b>240</b>	<b>240</b>	

#### 4.2. Учебный план подготовки бакалавра

Учебный план подготовки бакалавров направления подготовки 581000 «Маркетинг» разработан в соответствии с общими требованиями к структуре программы бакалавриата.

Учебный план отражает логическую последовательность освоения блоков ООП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций основной образовательной программы. Учебный план также представляет базовые количественные параметры ООП, такие как общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в академических часах.

В базовую часть Блока 1 включены базовые модули и дисциплины в соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению «Маркетинг». В вариативных частях учебных циклов университет (и выпускающая кафедра) самостоятельно формирует перечень и последовательность модулей и дисциплин. В вариативную часть циклов включены инвариантные учебные дисциплины, соответствующие структурным блокам ООП, а также формирующие содержательное ядро направления «Маркетинг».

Для каждой дисциплины, практики в плане указаны виды учебной работы (аудиторная работа – лекции, семинары и практические занятия; курсовые работы; самостоятельная работа студента) и формы промежуточной аттестации (экзамен).

Объем факультативных дисциплин, не включаемых в 240 зачетных единиц, определяется вузом самостоятельно и устанавливаются дополнительно к ООП, являются не обязательными для изучения обучающимися.

Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа, в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» составляет не более 30% от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию этого Блока, что соответствует требованиям ГОС.

#### **4.3. Календарный учебный график**

В календарном учебном графике ООП подготовки бакалавров направления подготовки 581000 «Маркетинг» показана последовательность реализации ООП ВПО, включая теоретическое обучение и практики (учебную), практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности и предквалификационную практики, промежуточную и итоговую (государственную) аттестации, каникулы.

Согласно учебному плану подготовки бакалавров по направлению «Маркетинг» продолжительность первых семи учебных семестров составляет 16 недель, восьмого семестра – 8 недель. Продолжительность экзаменационных сессий – от одной до трех недель.

Общий объем каникулярного времени в учебном году составляет 10 недель, в том числе две недели в зимний период.

#### **4.4 Каталог модулей дисциплин ООП**

Рабочая программа дисциплины представляет собой документ, в стандартной форме описывающий учебный курс со всеми его атрибутами:

- наименование дисциплины;
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места дисциплины в структуре образовательной программы;
- объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины;

- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины;
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем;
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Реализация компетентного подхода, в соответствии с требованиями ГОС, предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусматриваются также встречи с представителями отечественного бизнеса, государственных органов, общественных организаций, зарубежных компаний, проведение мастер-классов и «круглых столов» с экспертами. Интерактивные формы проведения занятий включены в рабочие программы дисциплин ООП по направлению «Маркетинг».

Каталог модулей дисциплин имеется на сайте кафедры и в ее внутренней документации.

#### **4.5. Учебно-методические комплексы дисциплин в соответствии с ГОС ВПО**

УМК дисциплины – учебно-методический комплекс дисциплины представляет собой комплект учебной, методической и дополнительной учебной документации и информационных ресурсов, обеспечивающие полноценную реализацию современной концепции высшего образования КР при преподавании учебных дисциплин по направлению 581000 «Маркетинг» в соответствии с требованиями учебного плана и ГОС.

Модульная структура УМК дисциплины в КГТУ построена по принципу разделения учебных дисциплин на логически замкнутые блоки - модули, в рамках которых проходит как изучение нового материала, так и контроль его усвоения. Каждый модуль содержит как аудиторную, так и самостоятельную работу, а также контрольно-тестовые процедуры. Трудоемкость каждого модуля, включающего обязательную аудиторную и самостоятельную работу, соответствует одной зачетной единице (кредитам) и составляет 30 академических часов без учета экзаменационной сессии.

На кафедре «Экономическая безопасность и маркетинг» по всем дисциплинам ООП по направлению «Маркетинг» в рамках РУП образовательной программы

разработаны и внесены на информационный портал КГТУ УМК в соответствии с ГОС ВПО и Положением об УМК.

#### **4.6. Программы практик**

В соответствии с ГОС ВПО по направлению 581000 «Маркетинг» раздел ООП Блок 2 «Практики» является обязательным и представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. В соответствии требованиями ГОС ВПО программа подготовки бакалавров по направлению «Маркетинг» в КГТУ им. И. Раззакова предусматривает проведение следующих видов практики:

- учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
- производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- предквалификационной практики.

Практика – это вид учебной работы, основным содержанием которой является выполнение практических учебных, учебно-исследовательских, самостоятельных творческих заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые студентами в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Общая трудоемкость практик составляет 20 зачетных единиц.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков направлена на фактическое ознакомление обучаемых с опытом проведения исследований актуальной научной проблематики, связанной с темой диссертации. Она также предполагает сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по теме курсовых работ и выпускной работы, подбор необходимых материалов для подготовки отчета и приобретения практических навыков.

В соответствии с графиком учебного процесса подготовки бакалавров по направлению «Маркетинг» учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится на II курсе, во IV учебном семестре (4 недели). По способу проведения учебная практика является стационарной.

Основными целями учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются: закрепление и совершенствование знаний и общепрофессиональных навыков, полученных в результате освоения

теоретического курса подготовки бакалавров, связанных с проведением аналитических исследований; формирование персональной деловой культуры и саморазвитие, использование творческого потенциала.

Основной задачей учебной практики является выполнение индивидуального исследовательского задания и получение практических навыков.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает формирование и закрепление у обучающихся следующих общекультурных и общепрофессиональных компетенций:

- ИК-1. Способен вести деловое общение на государственном, официальном и на одном из иностранных языков в области работы и обучения;
- ИК-2. Способен приобретать и применять новые знания с использованием информационных технологий для решения сложных проблем в области работы и обучения;
- ИК-3. Способен использовать предпринимательские знания и навыки в профессиональной деятельности.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (производственная) является обязательным звеном в подготовке высококвалифицированных маркетологов, позволяя применить полученные во время теоретического обучения знания и навыки маркетинговой деятельности.

В соответствии с графиком учебного процесса подготовки бакалавров по направлению «Маркетинг» практика по получению умений и опыта профессиональной деятельности проводится на III курсе, в VI учебном семестре. Продолжительность практики составляет 4 недели, что соответствует трудоемкости учебной нагрузки в 5 зачетных единиц. По типу проведения практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности является производственной, по способу проведения – стационарная, выездная (на предприятиях Кыргызской Республики и стран ближнего зарубежья).

Основными целями производственной практики являются: закрепление и совершенствование знаний и навыков маркетинговой деятельности, полученных в результате освоения теоретического курса специализированной подготовки бакалавров; приобретение практического опыта маркетинга в современных организациях; практическое применение и развитие дополнительных профессиональных компетенций, соответствующих избранному направлению специализированной подготовки «Маркетинг».

Основной задачей практики является: приобретение профессиональных навыков, а также формирование и развитие устойчивых профессиональных компетенций в области маркетинга.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (производственная) предполагает формирование и закрепление у обучающихся следующих профессиональных, в том числе специальных (дополнительных) компетенций:

- ПК-1. Владеет терминологией, теорией, методологией и концепциями маркетинга, умеет определять цели, объекты и методы маркетинговых исследований, собирать, систематизировать и анализировать необходимую информацию для разработки необходимого комплекса маркетинга;
- ПК-2. Умеет пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство и требования нормативных документов;
- ПК-4. Способен анализировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять текущие тенденции изменения социально-экономических показателей;
- ПК-5. Владеет системным подходом к исследованию маркетинговых проблем на уровне микро- и макроэкономики.

Предквалификационная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра. В период прохождения научно-исследовательской практики студент получает возможность продолжить собирать в действующей организации фактический и статистический материал по теме ВКР, закончить анализ конкретной маркетинговой проблемы (выявленной в процессе прохождения производственной практики) и применить полученные за годы теоретического обучения знания для выработки подходов по ее решению.

Предквалификационная практика проводится на IV курсе, в VIII учебном семестре. Продолжительность практики составляет 6 недель, что соответствует трудоемкости учебной нагрузки в 10 зачетных единиц. По способу проведения преддипломная практика – стационарная; выездная (на предприятиях Кыргызской Республики и стран ближнего зарубежья).

В течение предквалификационной практики студент должен закончить сбор информации, необходимой для завершения ВКР, поэтому содержание практики должно быть тесно связано с темой ВКР и предусматривать сбор и систематизацию

фактологического материала для написания ВКР по заданной теме, в том числе необходимых нормативных, информационных и методических материалов.

Предквалификационная практика направлена на:

- выявление проблем в маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта на основе анализа его деятельности
- формулирование выводов по итогам исследования;
- овладение умением научно-литературного изложения полученных результатов в виде рекомендаций;
- овладение методами презентации полученных результатов исследования.

Предквалификационная практика предполагает формирование и закрепление у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных, в том числе специальных (дополнительных) компетенций:

- ПК-5. Владеет системным подходом к исследованию маркетинговых проблем на уровне микро- и макроэкономики;
- ПК-6. Способен использовать знания и закономерности развития в области мировой экономики в своей профессиональной деятельности;
- ПК-7. Способен определять емкость рынка, исследовать товарную и фирменную структуру рынка, оценивать конъюнктуры рынка, изучить конкурентную среду, потребителей, поставщиков, посредников и разработать маркетинговую политику для повышения эффективности деятельности компании.

Рабочая программа практики – это основной методический документ для организации и проведения практики, предусмотренной рабочим учебным планом направления. Рабочая программа определяет соответствующий элемент содержания подготовки магистранта, предполагающий углубление теоретической подготовки магистрантов, закрепление приобретенных ими практических компетенций и навыков, конкретизацию и расширение представлений магистрантов о выбранном ими профессиональном направлении деятельности и, наконец, приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Содержание рабочей программы практики включает следующие разделы: указание вида практики; цели и задачи практики; способа и форм ее проведения; перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места практики в структуре образовательной программы; указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических часах; содержание практики; указание форм отчетности по практике; фонд оценочных средств для

проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике; перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики; перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

#### **4.7. Программа итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация студентов, обучающихся по направлению 581000 «Маркетинг» включает:

- комплексный междисциплинарный экзамен по программе подготовки бакалавров;
- защиту выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация предназначена для определения достаточности уровня теоретической и практической подготовки выпускника к решению профессиональных задач, установленных государственным образовательным стандартом данного направления подготовки.

#### **4.8. Организация научно-исследовательской работы студентов.**

Научно-исследовательская работа является обязательным разделом основной образовательной программы бакалавриата и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО и ООП подготовки бакалавров по направлению 581000 «Маркетинг».

Выполнение НИР осуществляется по семестрам согласно ООП и индивидуальному плану обучения, разработанному и утвержденному на заседании кафедры «Экономическая безопасность и маркетинг».

### **5. Фактическое ресурсное обеспечение процесса реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 581000 «Маркетинг»**

#### **5.1. Кадровое обеспечение основной образовательной программы направления подготовки 581000 «Маркетинг»**

Кафедра «Экономическая безопасность и маркетинг», обеспечивающая реализацию ООП бакалавриата по направлению «Маркетинг», как самостоятельное структурное подразделение инженерно-экономического факультета КГТУ им. И. Раззакова существует с 01 октября 2019 года (приказ № 111 от 30.09.2019 г.). Заведующая кафедрой – к.э.н., доц. Омурбекова Марина Олеговна.

Штат кафедры (с учетом совместителей) 12 научно-педагогических работников, в т. ч. 2 доктора экономических наук, 3 кандидата наук, 1 доцент КГТУ, а также 1 работник учебно-вспомогательного персонала.

Профессорско-преподавательский состав кафедры постоянно повышает педагогическую квалификацию по профилю закрепленных за преподавателями управленческих дисциплин, а также по специальным программам повышения квалификации.

## **5.2. Учебное и учебно-методическое обеспечение ООП**

Основная образовательная программа «Маркетинг» обеспечена требуемым пакетом учебно-методической документации. По всем дисциплинам учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Маркетинг» на выпускающей и обеспечивающих кафедрах разработаны рабочие программы в соответствии с макетом, утвержденным УМС университета, и аннотации рабочих программ.

Кафедра уделяет пристальное внимание разработке полного пакета учебно-методического обеспечения дисциплин образовательной программы. Для большинства дисциплин, в соответствии со структурой и содержанием дисциплины, разработаны:

–практикумы (планы практических занятий и методические рекомендации по изучению дисциплины, подготовке к практическим (семинарским) занятиям и выполнению заданий самостоятельной работы студентов);

–фонды наглядных пособий и раздаточных материалов (handouts);

–рекомендации по проведению деловых (ролевых) игр;

–задачники и / или сборники конкретных ситуаций;

–фонды оценочных средств.

Реализация основной образовательной программы «Маркетинг» обеспечивается доступом каждого студента к базам данных и библиотечным фондам КГТУ, исходя из полного перечня дисциплин учебного плана.

## **5.3 Информационное обеспечение ООП**

Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса по программе подготовке бакалавров-маркетологов осуществляется библиотекой КГТУ. Библиотека КГТУ является неотъемлемой частью информационной системы университета, отвечает современным требованиям и формируется в соответствии с предназначением. Фонд библиотеки составляет более 200 тыс. документов и размещается в главном корпусе университета.

С 2014 года в библиотеке установлена автоматизированная информационно-библиотечная система «ИРБИС», создана локальная сеть библиотеки с выходом в Интернет, ведется автоматизированная обработка всех видов поступающих в библиотеку документов, создан электронный каталог. С 2015 года функционирует Зал электронной

библиотеки. Деятельность электронной библиотеки КГТУ ведется по следующим направлениям:

- создание коллекции полнотекстовых учебников по дисциплинам программы;
- организация и предоставление пользователям фонда учебной литературы на CD;
- создание полнотекстовой коллекции трудов сотрудников университета;
- подписка на полнотекстовые базы данных удаленного доступа;
- создание полнотекстовой коллекции статей Известий КГТУ.

Библиотека КГТУ является членом Библиотечно-информационного Консорциума Кыргызстана (БИК), а также Ассоциации электронных библиотек Кыргызской Республики (АЭБ КР).

Каждый обучающийся по ООП направления обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по дисциплинам ООП и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Пользователи имеют доступ к отечественным и зарубежным электронным информационным ресурсам и базам данных (БД) ведущих мировых компаний. Перечень электронных ресурсов, к которым обеспечивается доступ обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, составляет 35 наименований.

Библиотечный фонд КГТУ укомплектован печатными и электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы, изданной за последние 10 лет, по всем дисциплинам базовой части всех циклов ООП по направлению «Маркетинг». По базовым профильным дисциплинам сферы маркетинга в библиотеке КГТУ имеется более 1025 наименований изданий учебной литературы (учебников, учебных пособий и т.п.), общим количеством более 3540 единиц.

#### **5.4 Материально-техническое обеспечение ООП**

КГТУ располагает 10 учебными корпусами общей площадью 41045.8 кв. м., в которых имеются в наличии 2 спортивных зала, 4 столовых, 9 буфетов, собственный медицинский центр. Здания находятся в оперативном управлении или в собственности.

Университет обладает достаточной материально-технической базой. В КГТУ имеется 47 компьютерных классов, всего по университету 1142 компьютера, соотношение числа студентов и компьютеров – 9:1.

В КГТУ имеются зоны WI-FI с доступом к глобальной сети с выходом в Интернет. Проводной доступ к информационно-телекоммуникационным сетям предоставляется студентам, преподавателям и сотрудникам после прохождения авторизации.

Для организации и ведения учебного процесса КГТУ располагает обучающими компьютерными программами по отдельным предметам и темам, профессиональными пакетами программ по специальностям, компьютерными программами для проведения научных исследований, программами компьютерного тестирования, электронными справочными пособиями, энциклопедиями, учебными и методическими пособиями.

Лекционные аудитории инженерно-экономического факультета оснащены досками и проекторами, использование которых значительно повышает эффективность занятий.

Учебно-методический кабинет кафедры «Экономическая безопасность и маркетинг» имеет проектор, 2 сканера, 3 принтера. Проведение проблемных лекций, презентация результатов научно-исследовательской работы студентов на семинарах-конференциях, «круглых столах» и научно-практических конференциях производится с применением мультимедийного оборудования.

Кафедрой организовано также взаимодействие с базовыми предприятиями и организациями республики, предполагающее:

- проведение презентаций и экскурсий учебных групп на предприятия;
- проведение практических занятий по определенным темам на базе конкретных предприятиях;
- внедрение в дисциплины ситуационного анализа и решения реальных проблем (в рамках кейсов, предлагаемых предприятием);
- выполнение студентами исследовательских заданий по заказам предприятий (организаций) республики.

№ п/п	Название лаборатории, аудитории, компьютерный класс	№ ауд.	Площадь ауд.	Кол-во посадочных мест	Оборудование, приборы
1	2	3	4	5	6
1	Аудитория	2/304	35 кв.м.	50	-
2	Помещение кафедры	2/314	22 кв. м.	16	13 стационарных компьютеров, 2 ноутбука, проектор, демонстрационный экран, 2 стационарных телефона, Wi-Fi, офисная мебель

Лаборатории и аудитории соответствуют санитарным и противопожарным правилам и нормам: установлены огнетушители в помещении кафедры, имеется план эвакуации, паспорт кафедры, инструкции по ТБ и ПБ, ведется журнал по технике безопасности.

## **6. Характеристика среды учебного структурного подразделения, обеспечивающая развитие общекультурных компетенций выпускников**

КГТУ им. И. Раззакова является одним из наиболее известных вузов Кыргызской Республики, имеющим сильные традиции образовательной и воспитательной деятельности. Университет располагает всеми необходимыми условиями и возможностями обеспечить общекультурные (социально-личностные) компетенции выпускников, что неоднократно подтверждалось при получении лицензии на ведение образовательной деятельности, а также успешными карьерными ростом и достижениями его выпускников.

Основные направления педагогической и воспитательной деятельности университета, определяющие концепцию формирования среды учебных подразделений, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций, закреплены в его Уставе. Так, задачами КГТУ в сфере формирования и развития общекультурных и социально-личностных компетенций являются:

- удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии посредством получения высшего и послевузовского профессионального образования, среднего профессионального образования, а также дополнительного профессионального образования;
- накопление, сохранение и приумножение нравственных, культурных и научных ценностей общества;
- содействие развитию и сохранению культуры Кыргызстана;
- воспитание у обучающихся чувства патриотизма, любви и уважения к народу, национальным традициям и духовному наследию народов Кыргызстана, бережного отношения к репутации Университета;
- формирование у обучающихся гражданской позиции, развитие ответственности, самостоятельности и творческой активности;
- распространение знаний среди населения, повышение его образовательного и культурного уровня.

Эффективной формой эстетического воспитания являются циклы лекций по истории искусств, изучение этикета, просмотры и обсуждение театральных спектаклей, а также творческие занятия.

Использование разнообразных форм воспитательной работы благотворно влияют на психологический климат, взаимоотношения между студентами, обучающимися по программе направления «Маркетинг», способствуют творческому развитию студенческой

молодежи, формированию всесторонне развитой личности, способной найти свое место в сложном современном мире.

Участники художественных студенческих коллективов КГТУ активно участвуют в творческих акциях республиканского, городского значения, среди которых студенческие балы, форумы, телемарафоны, благотворительные концерты, игры КВН, а также фестивали студенческого творчества.

В целях воспитания художественного вкуса, совершенствования профессиональных навыков, развития творческой инициативы с 1996 года ежегодно проходят фестивали студенческого творчества.

Традиции культурного и социально-личностного становления студентов образовательной программы продолжают в таких ежегодных праздничных акциях, как «День независимости» и «Праздник Государственного языка КР», «Нооруз» и «День защитника Отечества», «День Победы в ВОВ». Разнообразными творческими акциями (игры КВН, шоу-конкурсы, праздничные дискотеки) отмечают студенты КГТУ День молодежи Кыргызстана, Международный день студентов, Новый год, День Святого Валентина. Особым событием в общественно-культурной жизни Кыргызстана стало ежегодное празднование в КГТУ дня рождения Ч. Айтматова.

В университете успешно действуют такие общественные формирования студентов, как Студенческий совет; команды КВН; команда «ENACTUS-KSTU» –победитель республиканских конкурсов среди SIFE-команд.

#### **7. Система оценки качества освоения студентами ООП по направлению подготовки 581000 «Маркетинг»**

В соответствии с требованиями ГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки «Маркетинг» вуз, реализующий основную образовательную программу, обязан обеспечить *требуемые условия обеспечения качества образовательного процесса* в целом, а также разработать *систему оценки качества освоения образовательной программы магистратуры*.

Высшее учебное заведение – КГТУ им. И. Раззакова – *обеспечивает гарантию качества подготовки* посредством:

- привлечения представителей работодателей к образовательному процессу и к процедурам государственной аттестации выпускников;
- постоянного мониторинга образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;

- обеспечения компетентности преподавательского состава;
- регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) вуза и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
- информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

В КГТУ внедрена (в 2009 году) и успешно функционирует *Система менеджмента качества по Международным стандартам МС ИСО 9001*, которая является гарантом соответствия выпускников университета требованиям государственных образовательных стандартов.

В университете принята Политика в области качества образования (размещенная на сайте университета <https://kstu.kg/>), в рамках которой «...высшее руководство КГТУ обязуется обеспечить реализацию Политики в области качества образования для совершенствования подготовки высококвалифицированных специалистов во всех сферах деятельности, основываясь на принципах академической честности и высокой ответственности за результаты деятельности вуза».

В 2023 году основная образовательная программа 581000 «Маркетинг» будет проходить независимую оценку и аккредитацию.

Система менеджмента качества КГТУ, посредством эффективного контроля и координации всех процессов университета, обеспечивает требуемый высокий уровень подготовки выпускников, который отвечает всем современным и перспективным критериям работодателей и содействует повышению степени конкурентоспособности выпускников КГТУ на рынках труда Кыргызстана и других стран.

Востребованность выпускников бакалавриата, их высокий уровень качества подготовки, соответствия современным требованиям рынка труда подтверждается высоким показателем их трудоустройства: доля контингента студентов, сочетающих обучение в вузе с работой по направлению подготовки «Маркетинг» – порядка 70%.

*Оценка качества освоения образовательных программ*, согласно требованиям ГОС по направлению «Маркетинг», включает текущий и рубежный контроль успеваемости, промежуточную аттестацию студентов (в периоды экзаменационных сессий) и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП бакалавриата осуществляется в соответствии с п.46 Типового положения о вузе: «Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее

проведения указываются в уставе высшего учебного заведения. Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается в порядке, предусмотренном уставом высшего учебного заведения... Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом высшим учебным заведением».

В КГТУ также созданы условия для максимального приближения текущей и промежуточной аттестации обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности. Для этого к преподаванию конкретных дисциплин в качестве внешних экспертов, экспертов-консультантов, модераторов «круглых столов» и студенческих диспутов активно привлекаются работодатели, а также преподаватели, читающие смежные дисциплины и т.п.

Уникальными характеристиками программы является участие представителей бизнес-сообщества в разработке и совершенствовании программы и в формировании компетентностной модели бакалавра, в которой также учитываются требования внешнеэкономической деятельности и международного рынка. Руководители организаций и бизнес-сообщества привлекаются к реализации образовательной программы в формате проведения мастер-классов, открытых лекций и тренингов, руководства практикой, организации стажировок и обеспечения базы проведения производственной и предквалификационной практик.

Одним из важных условий повышения качества учебного процесса в университете является предоставление студентам возможности оценивать содержание, организацию и качество учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей посредством периодического проведения анкетирования студентов.

В ходе анкетирования студенты также получают возможность назвать основные проблемы, затрудняющие процесс реализации образовательной программы и снижающие его эффективность: эти проблемы касаются не только качества проведения занятий, но и работы библиотечных сервисов, материально-технического обеспечения учебного процесса, общей инфраструктуры университета и факультета и др.

Важным условием обеспечения высокого качества образовательной программы становится развитие электронной информационно-образовательной среды университета, в рамках которой обеспечивается:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, учебно-методическим материалам и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин;

- фиксация хода образовательного процесса, текущих результатов освоения дисциплины, промежуточной аттестации по дисциплине (эта информация доступна в системе AVN);
- проведение занятий и осуществление процедур оценки результатов обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

### **7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

В соответствии с требованиями ГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям программы подготовки по направлению «Маркетинг» в КГТУ созданы и утверждены в установленном порядке фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В структуру фондов оценочных средств входят следующие элементы:

- перечень компетенций, уровень освоения которых оценивается;
- типовые контрольные задания или иные материалы;
- методические материалы, определяющие процедуры проверки и оценки уровня освоения компетенции.

При формировании фондов оценочных средств кафедра «Экономическая безопасность и маркетинг» учитывает требования компетентного подхода к образованию, которые заключаются не только в использовании рейтинговой системы накопления баллов, отражающей успеваемость обучающихся, но и оценку их творческого потенциала.

*Рейтинговый (модульный) контроль* проводится в течение семестра; это поэтапный контроль усвоения студентом логически завершенных задокументированных частей программного материала дисциплины (раздела) с проставлением баллов.

*Текущий контроль по каждой дисциплине* проверяет усвоение учебного материала на аудиторных занятиях (лекциях, практических и семинарских занятиях) и выполнение обязательных заданий для самостоятельной работы. *Текущий контроль* осуществляется непрерывно путем организации преподавателем, ведущим дисциплину, гибкой системы контроля хода освоения студентами программного материала по завершенным разделам (модулям) дисциплины.

Систему гибкого текущего контроля образуют:

- экспресс-опросы перед началом (или в конце) каждой лекции;
- устный опрос на практических (семинарских) занятиях по отдельным темам;

- мониторинг и оценка активности студента на практических (семинарских) занятиях (решение задач, выступления);
- контроль и учет посещаемости учебных занятий.

Реализацию непрерывного контроля преподаватель осуществляет в часы, устанавливаемые действующими нормами времени на проведение текущих консультаций и проверку курсовых работ и индивидуальных заданий. Результаты текущего контроля по всем его образующим и модулям каждым преподавателем фиксируются в системе AVN университета.

*Рубежный контроль* предполагает проверку полноты знаний и умений по материалу модуля в целом. Выполнение модульных контрольных заданий проводится в письменном виде и является обязательной компонентой модульного контроля.

Основными оценочными средствами рубежного контроля являются:

- тестирование по завершённым разделам (модулям) дисциплины;
- письменные контрольные работы (по завершённым модулям), проводимые в часы аудиторных практических занятий;
- проверка и оценка индивидуальных заданий (эссе, рефератов и докладов, проектов и PowerPoint презентаций, домашних индивидуальных заданий и других форм заданий, включенных в учебный план) и соблюдения сроков их выполнения, которые установлены графиком самостоятельных работ.

Традиционно фонды оценочных средств включают в себя: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, коллоквиумов, экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; тематику курсовых работ, рефератов, докладов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

В рамках образовательной программы по направлению подготовки «Маркетинг» активно используются современные компетентностно-ориентированные оценочные средства знаний, умений и навыков студентов:

- *проблемные задания тестов с открытыми вопросами*, побуждающие магистрантов применять теоретические знания для объяснения практических ситуаций;
- *письменные работы, заключающие в себе элемент творчества*: эссе, рефераты; содержательные и сравнительные таблицы; построение схем, алгоритмов, графов;
- *диспуты и дискуссии* на заданную тему; подготовка доклада и выступление с ним на семинаре (практическом занятии);
- *работы поисково-исследовательского характера* по заданной тематике;

- *проблемные задания ситуационных задач, case-study*, формирующие у магистрантов способность применять знания и навыки в ситуациях, описывающих или моделирующих конкретные экономические ситуации и профессиональную деятельность;
- *проектные задания*, развивающие у обучающихся готовность к выполнению продуктивной деятельности: подготовка проектов, PowerPoint презентаций;
- *компетентностно-ориентированные задачи*, решение которых способствует формированию ключевых профессиональных компетенций;
- *деловые (ролевые) игры*;
- *круглые столы и мини-конференции*;
- *вузовские и межвузовские конференции* (очные и с применением информационных коммуникаций), формирующие у магистрантов умение публично выступать, представлять результаты своей научно-исследовательской деятельности.
- *тренинги*, позволяющие на практике отработать и закрепить управленческие навыки.

*Промежуточная аттестация по дисциплине* проводится после завершения изучения дисциплины, в период экзаменационной сессии. Основной формой промежуточной аттестации является экзамен.

## **7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП бакалавриата**

В соответствии с положениями ГОС по направлению подготовки 580100 «Экономика» государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы, в том числе подготовку к защите и процедуру защиты, а также подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена.

Защита выпускной квалификационной работы (ВКР) является обязательной составляющей государственной итоговой аттестации выпускников вузов, а ее подготовка становится завершающим этапом освоения ООП ВПО по направлению «Экономика», который подтверждает наличие у выпускника соответствующей квалификации – квалификации бакалавра.

В соответствии с требованиями ГОС, выпускная квалификационная работа (ВКР) выполняется в период прохождения практик, до сдачи ГАК и должна представлять собой самостоятельную и логически завершённую разработку на заданную тему, написанную лично автором под руководством научного руководителя и связанную с решением задач того вида деятельности, к которой готовится бакалавр.

ВКР должна свидетельствовать о способности и умении автора:

- работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении ООП;
- формулировать цели и задачи исследования, применять количественные и качественные методы исследования;
- вести поиск и обработку информации из различных видов источников (как печатных, так и электронных);
- решать практические организационно-управленческие задачи на основе применения теоретических знаний;
- делать обоснованные выводы по результатам проведенного исследования;
- излагать материал грамотно и логично, с соблюдением правил цитирования и указанием ссылок на работы других авторов;
- грамотно иллюстрировать работу с помощью рисунков и таблиц;
- участвовать в публичной дискуссии и защищать свои научные и практические идеи.

Основная работа по написанию ВКР проводится студентом, преимущественно, на протяжении последнего семестра 4 курса и осуществляется на базе выполняемых им в течение теоретического обучения курсовых работ и материалов, собранных за период прохождения производственной и предквалификационной практик.

Как правило, выпускная квалификационная работа подлежит обязательному рецензированию и оценивается по следующим критериям:

- уровень проблемного анализа ситуации, качество характеристики объекта исследования и решаемой задачи, направленность проблемы на получение объективно нового знания, значимого для экономической деятельности;
- качество интерпретации решаемой задачи с точки зрения современного инструментария и методов исследования, полноценность методологического обоснования исследования;
- качество подбора и описания используемых данных, их достоверность, адекватность применяемому инструментарию, обоснование методики сбора и обработки данных;
- оценка результатов исследования, эффективности предлагаемых рекомендаций, возможности их практической реализации;
- наличие ярко выраженной авторской позиции по выбранной проблематике исследования.

Презентация и защита ВКР является публичной и происходит на заседании Государственной аттестационной комиссии, состав и порядок работы которой

утверждается ректором КГТУ в соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников.

Условия и сроки выполнения выпускных квалификационных работ устанавливаются графиком учебного процесса КГТУ, а также на базе соответствующих государственных образовательных стандартов высшего образования в части, касающейся требований к итоговой государственной аттестации выпускников, и рекомендаций учебно-методических объединений высших учебных заведений Кыргызской Республики по направлению «Маркетинг».

Тематика выпускных квалификационных работ ежегодно пересматривается, учитывает также исследовательские интересы и задачи практической стажировки студентов-бакалавров, и утверждается в установленном порядке решением заседания кафедры «Экономическая безопасность и маркетинг» и приказом ректора КГТУ.

## **8. Термины и определения**

В настоящей ООП используются термины и определения в соответствии с Законом Кыргызской Республики "Об образовании" и международными договорами в сфере высшего профессионального образования, вступившими в силу в установленном законом порядке, участницей которых является Кыргызская Республика:

- основная образовательная программа - совокупность учебно-методической документации, регламентирующей цели, ожидаемые результаты, содержание и организацию реализации образовательного процесса по соответствующему направлению подготовки;
- направление подготовки - совокупность образовательных программ для подготовки кадров с высшим профессиональным образованием (специалистов, бакалавров и магистров) различных профилей, интегрируемых на основании общности фундаментальной подготовки;
- профиль – направленность основной образовательной программы на конкретный вид и (или) объект профессиональной деятельности;
- компетенция – заранее заданное социальное требование (норма) к образовательной подготовке обучаемого, необходимой для его эффективной продуктивной деятельности в определенной сфере;
- бакалавр – уровень квалификации высшего профессионального образования, дающий право для поступления в магистратуру и осуществления профессиональной деятельности;

- кредит – условная мера трудоемкости основной профессиональной образовательной программы;
- результаты обучения – компетенции, приобретенные в результате обучения по основной образовательной программе/модулю;
- профессиональные компетенции – представляют собой характеристики, являющиеся общими для всех (или большинства) видов профессиональной деятельности: способность к обучению, анализу и синтезу и т.д.;
- инструментальные компетенции – включают когнитивные способности, способность понимать и использовать идеи и соображения, методологические способности, способность понимать и управлять окружающей средой, организовывать время, выстраивать стратегии обучения, принятия решений и разрешения проблем, технологические умения, умения, связанные с использованием техники, компьютерные навыки и способности информационного управления, лингвистические умения, коммуникативные компетенции;
- социально-личностные и общекультурные компетенции – индивидуальные способности, связанные с умением выражать чувства и отношения, критическим осмыслением и способностью к самокритике, а также социальные навыки, связанные с процессами социального взаимодействия и сотрудничества, умением работать в группах, принимать социальные и этические обязательства.











Кадровое обеспечение по образовательной программе

581000 Маркетинг, профиль «Маркетинг»  
по подготовке бакалавров

№	ФИО	Название дисциплины учебного плана (программы) по курсам обучения	Образование (какой вуз окончил, специальность и квалификация, реквизиты документа об образовании)	Ученая степень и ученое звание	Стаж работы по специальности		Условия работы (штат/совмест.) номер трудовой книжки
					всего	педагогический	
<b>I гуманитарный, социальный и экономический циклы</b>							
1	Исмаилов Асанбек Усеналиевич	Кыргызский язык	КГУ им.50-летия ССР Диплом ТВ-1 №136751 Специальность: Кыргыз тили Квалификация: учитель кыргызского языка	доцент КГТУ	32	25	Трудовая книжка НТ-1 № 1913929 Штат.
2	Баялиева Динара Аскарловна	Русский язык	КГУ им.50-летия СССР Диплом Г-1 №304586 Специальность: русский язык и литература Квалификация: учитель русского языка и литературы	доцент КГТУ	39	39	Трудовая книжка НТ-1 № 0314988 Штат.
3	Бакиева Турсунбуу Валиевна	Иностраннный язык	КНУ им. Ж. Баласагына Диплом ПВ №045632 Квалификация: Филолог Специальность: Учитель английского-языка	доцент КГТУ	48	48	Трудовая книжка АХ-1 № 0755946 Штат.
4	Акунов Далыбек	История Кыргызстана	Исторический факультет КГУ им.50-летия СССР, 1981 г. Диплом В-1 № 037575 Специальность: История Квалификация: преподаватель истории и обществоведения	д.и.н., проф.	40	35	Трудовая кн. НТ-1 № 1867443 Штат.

5	Искендерова Акылгай Кубатбековна	Манасоведение	КГНУ им.Ж. Баласагына Диплом: АВ№06040 Диплом магистра ГМ №01205 Квалификация: филолог Специальность: Учитель кыргызского- языка и литературы	к.ф.н., ст. преп.	21	16	Трудовая книжка НТ-1№0894566 Штат.
6	Искендерова Акылгай Кубатбековна	География Кыргызстана	КГНУ им.Ж. Баласагына Диплом: АВ№06040 Диплом магистра ГМ №01205 Квалификация: филолог Специальность: Учитель кыргызского- языка и литературы	к.ф.н., ст. преп.	21	16	Трудовая книжка НТ-1№0894566 Штат.
7	Тоголоков Айбек Мойдунович	Философия	Фрунзенский политехнический институт, 1992 г. Диплом ФВ- I №123248 Специальность: Гражданское строительство Квалификация: Инженер-строитель Вид аспирантуры НАН КР.ИФППИ 09.00.03	к.ф.н., доцент	16	16	Трудовая кн. НТ-1 №1490446 Штат.
8	Жолдошев Маматаир	Психология коммуникаций	КГТУ им. И.Раззакова, 1994 г. Диплом ШВ №740803 Специальность: Труд Квалификация: «Преподаватель трудового обучения и общетехнических дисциплин»	доцент КГТУ	27	27	Трудовая кн. НТ-1 № 0356988 Штат.
9	Асанякунова Гулжан Букарбаевна	Экономика	Томский государственный университет, преподаватель экономической теории, экономист народного хозяйства Диплом МВ № 609191 от 24.06.1991	доцент КГТУ	32	32	Трудовая кн. НТ-1 № 1867555 Штат.

10	Шалпыков Канатбек Абдыкаимович	История экономических учений	Ленингр. ФЭИ, 1984 г. Диплом Г-1 №389271 Специальность: Финансы и кредит Квалификация: экономист	К.э.н. Доцент	37	12	НТ-1 № 0718614 Штат.
<b>Математический и естественно-научный циклы</b>							
11	Дуйшоев Кайратбек	Математика 1, 2	КГУ им.50-летия ССР Диплом ЖБ №245915 Специальность: Математика Квалификация: учитель-математик	к.ф.-м.н., доцент	40	35	Трудовая кн. НТ-1 № 0316537 Штат.
12	Жусуева Наргиза Жолдошбековна	Информатика 1, 2	КГТУ им. И.Раззакова 2006 г. Диплом № СД 060069735 Специальность: Прикладная информатика в экономике Квалификация: информатик-экономист	ст. препод.	11	10	Трудовая кн. НТ-1 № 0856071 Штат.
13	Бактыбекова Айгерим Бактыбековна	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	КГНУ им. Ж.Баласагына, 2016 г. Специальность: Юриспруденция Квалификация: юрист	преп.	1	1	Трудовая кн. ФТ-1 № 078452 Штат.
14	Омурбекова Марина Олеговна	Маркетинговые информационные системы	КГНУ им. Ж.Баласагына, 1993г. Диплом Б-1 №037246 Специальность: Социально- экономическое планирование квалификация: экономист	К.э.н., доцент	28	25	Штат. НГ-1 №0931713
15	Акунов Аалыбек	Концепция современного естествознания	Исторический факультет КГУ им.50- летия СССР, 1981 г. Диплом В-1 № 037575 Специальность: История Квалификация: преподаватель истории и обществоведения	д.и.н., проф.	40	35	Трудовая кн. НТ-1 № 1867443 Штат.
<b>Профессиональный цикл</b>							

16	Кубатбекова Дилия Турумовна	Введение в маркетинг	КГТУ им. И. Раззакова, 2004 г. Диплом № СД040011073 Специальность: Экономика предприятий (по отраслям) Квалификация: Экономист-менеджер	ст.препод	26	13	Трудовая кн. АТ-IX №5341936 Штат.
17	Асанакуннова Гулжан Букарбаевна	Микроэкономика	Томский государственный университет, преподаватель экономической теории, экономист народного хозяйства Диплом МВ № 609191 от 24.06.1991	доцент КГТУ	32	32	Трудовая кн. НТ-1 № 1867555
18	Тойбаева Нурузада Рахатовна	Макроэкономика	КГТУ им. И. Раззакова, 2012 г. Диплом бакалавра № СД 120082792 Диплом магистра УМ150206013 Квалификация: «Менеджер - экономист» Специальность: «Менеджер»	ст.препод	9	7	Трудовая кн. АТ-1 № 0621330 Штат.
19	Батырканов Мырзабек Шаршеевич	Статистика	Прежесваляский государственный педагогический институт, 1975 г. Диплом Я №253615 Специальность: математика Квалификация: преподаватель математики	к.ф.-м.н. доц.	44	44	Штат. Трудовая кн. НТ-1 № 0120864
20	Омурбекова Марина Олеговна	Менеджмент	КГПУ им. Ж.Баласагына, 1993г. Диплом Б-1 №037246 Специальность: Социально-экономическое планирование квалификация: экономист	к.э.н., доцент	28	25	Штат. НТ-1 №0931713
21	Шалпыков Канатбек Абдыкаимович	Финансы и кредит	Ленингр. ФЭИ, 1984г. Диплом Г-1 №389271 Специальность: Финансы и кредит Квалификация: экономист	к.э.н. доцент	37	12	НТ-1 № 0718614 Штат.
22	Токсообаев Булат Темирбекович	Экономический анализ	КНУ им. Ж. Баласагына Специальность: Международные экономические отношения	Д.э.н.,	24	24	Совместительств во

			Квалификация: экономист Диплом АВ 05459 от 23.05.1996 г.	профессор			НТ-1 № 1239771
23	Элчибаева Айзуура Замирбековна	Бухгалтерский учет и аудит	КГТУ им. И. Раззакова, 2009г Диплом №СД 090155780 Специальность: Бухгалтерский учет, анализ и аудит Квалификация: экономист	ст.препод	21	9	Трудовая кн. НТ-1 № 2060639 Штаг.
24	Кубатбекова Дилия Турумовна	Маркетинговая логистика	КГТУ им. И. Раззакова, 2004 г. Диплом № СД040011073 Специальность: Экономика предприятий (по отраслям) Квалификация: Экономист-менеджер	ст.препод	26	13	Трудовая кн. АТ-IX №5341936 Штаг.
25	Омурбекова Марина Олеговна	Маркетинговые коммуникации	КГНУ им. Ж.Батасагына, 1993г. Диплом Б-1 №037246 Специальность: Социально-экономическое планирование квалификация: экономист	к.э.н., доцент	28	25	Штаг. НТ-1 №0931713
26	Шалпыков Канатбек Абдыкаимович	Маркетинговые исследования	Ленингр. ФЭИ, 1984г. Диплом Г-1 №389271 Специальность: Финансы и кредит Квалификация: экономист	к.э.н., доцент	37	12	НТ-1 № 0718614 Штаг.
27	Абдуматов Кубанычбек Абдуматович	Экономика предприятия	КГУСТА им. Н. Исанова Диплом СД №060049812 от 12.06.2006 г. Квалификация: экономист Специальность: Бухгалтерский учет, аудит и анализ	к.э.н., доцент	16	9	Трудовая кн. АТ-IX № 0755777
28	Сулайманова Бактыгул Женишовна	Налоги и налогообложение	КГНУ, 1996г. Диплом АВ №00552 Диплом магистра ЕМ №00018 Специальность: Экономика и управление производством Квалификация: экономист	д.э.н. проф.	18	16	Трудовая кн. АТ-VIII № 3107085 Штаг.
29	Сулайманова Бактыгул Женишовна	Инновационный маркетинг	КГНУ, 1996г. Диплом АВ №00552 Диплом магистра ЕМ №00018	д.э.н. проф.	18	16	Трудовая кн. АТ-VIII № 3107085

			Специальность: Экономика и управление производством Квалификация: экономист				Штаг.
30	Кубатбекова Лилия Турумовна	Управление продуктом	КГТУ им. И. Раззакова, 2004 г. Диплом № СД040011073 Специальность: Экономика предприятий (по отраслям) Квалификация: Экономист-менеджер	ст.препод	26	13	Трудовая кн. АТ-IX №5341936 Штаг.
31	Элчибаева Айзура Замирбековна	Маркетинговое ценообразование	КГТУ им. И. Раззакова, 2009г. Диплом №и СД 090155780 Специальность: Бухгалтерский учет, анализ и аудит Квалификация: экономист	ст.препод	21	9	Трудовая кн. НТ-1 № 2060639 Штаг.
32	Кубатбекова Дилия Турумовна	Организация продаж	КГТУ им. И. Раззакова, 2004 г. Диплом № СД040011073 Специальность: Экономика предприятий (по отраслям) Квалификация: Экономист-менеджер	ст.препод	26	13	Трудовая кн. АТ-IX №5341936 Штаг.
33	Шалпыков Канатбек Абдыкаимович	Международный маркетинг	Ленингр. ФЭИ, 1984 г. Диплом Г-1 №389271 Специальность: Финансы и кредит Квалификация: экономист	к.э.н., доцент	37	12	НТ-1 № 0718614 Штаг.
34	Омурбекова Марина Олеговна	Экономическая безопасность	КГНУ им. Ж.Баласагына, 1993г. Диплом Б-1 №037246 Специальность: Социально-экономическое планирование квалификация: экономист	к.э.н., доцент	28	25	Штаг. НТ-1 №0931713
35	Сулайманова Бактыгул Женишовна	Стратегия выведения на рынок нового товара	КГНУ, 1996г. Диплом АВ №00552 Диплом магистра ЕМ №00018 Специальность: Экономика и управление производством Квалификация: экономист	ст.препод	21	9	Трудовая кн. НТ-1 № 2060639 Штаг.
36	Сулайманова Бактыгул Женишовна	Компьютерное моделирование	КГНУ, 1996г. Диплом АВ №00552	д.э.н. проф.	18	16	Трудовая кн. АТ-VIII

		маркетинговых решений	Диплом магистра ЕМ №00018 Специальность: Экономика и управление производством Квалификация: экономист				№ 3107085 Штат.
37	Шашпыков Канатбек Абдыкаимович	Стратегический маркетинг	Ленингр. ФЭИ, 1984 г. Диплом Г-1 №389271 Специальность: Финансы и кредит Квалификация: экономист	к.э.н., доцент	37	12	НГ-1 № 0718614 Штат.
38	Омурбекова Марина Олеговна	Маркетинг	КГПУ им. Ж.Баласагына, 1993г. Диплом Б-1 №037246 Специальность: Социально-экономическое планирование квалификация: экономист	к.э.н., доцент	28	25	Штат. НГ-1 №0931713
39	Тойбаева Нурузада Рахатовна	Предпринимательство и бизнес	КГТУ им. И. Раззакова, 2012 г. Диплом бакалавра № СД 120082792 Диплом магистра УМ150206013 Квалификация: «Менеджер - экономист» Специальность: «Менеджер»	ст.препод	9	7	Трудовая кн. АТ-1 № 0621330 Штат.
40	Тойбаева Нурузада Рахатовна	Рекламная деятельность в маркетинге	КГТУ им. И. Раззакова, 2012 г. Диплом бакалавра № СД 120082792 Диплом магистра УМ150206013 Квалификация: «Менеджер - экономист» Специальность: «Менеджер»	ст.препод	9	7	Трудовая кн. АТ-1 № 0621330 Штат.
41	Омурбекова Марина Олеговна	Маркетинговой управление	КГПУ им. Ж.Баласагына, 1993г. Диплом Б-1 №037246 Специальность: Социально-экономическое планирование квалификация: экономист	к.э.н., доцент	28	25	Штат. НГ-1 №0931713
42	Кубатбекова Дилия Турумовна	Модели и методы продаж	КГТУ им. И. Раззакова, 2004 г. Диплом № СД040011073 Специальность: Экономика предприятий (по отраслям) Квалификация: Экономист-менеджер	ст.препод	26	13	Трудовая кн. АТ-1Х №5341936 Штат.
43	Тойбаева Нурузада Рахатовна	Промышленный маркетинг	КГТУ им. И. Раззакова, 2012 г. Диплом бакалавра № СД 120082792	ст.препод	9	7	Трудовая кн. АТ-1

			Диплом магистра УМ150206013 Квалификация: «Менеджер - экономист» Специальность: «Менеджер»				№ 0621330 Штат.
44	Элчибаева Айзура Замирбековна	Брендинг	КГТУ им. И. Раззакова, 2009г Диплом №СД 090155780 Специальность: Бухгалтерский учет, анализ и аудит Квалификация: экономист	ст.препод	21	9	Трудовая кн. НТ-1 № 2060639 Штат.
45	Кубатбекова Дилия Турумовна	Кросс-культурный маркетинг	КГТУ им. И. Раззакова, 2004 г. Диплом № СД040011073 Специальность: Экономика предприятий (по отраслям) Квалификация: Экономист-менеджер	ст.препод	26	13	Трудовая кн. АТ-IX №5341936 Штат.
46	Поддубная Ольга Анатолевна	Физическая культура	КГИФК, 2001г. Диплом ДВВ № 00727 Специальность: Физическая культура Квалификация: Преподаватель-тренер физической культуры	доцент	33	21	Штат. НВ-1 №0662849

Дата заполнения " \_\_\_\_ " \_\_\_\_ 20\_\_ года  
 ФИО руководителя \_\_\_\_\_

(подпись)









