

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ
КЫРГЫЗСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ.
Ж.БАЛАСАГЫНА

ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА И БИЗНЕСА им. А.А.Асановой
Образовательная программа «Маркетинг»

«Согласовано»
Начальник УУ

КНУ им. Ж. Баласагына
п.н.к, доп. Кыдыралiev А.Т.



«Утверждаю»

Первый проректор-
Проректор по учебной работе
КНУ им. Ж.Баласагына
б.и.к. доп. Шамшиев А.Б.



2025г.

ПРОГРАММА
ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

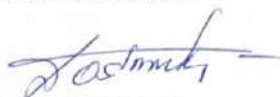
Направление подготовки магистра 581000 «Маркетинг»
Профиль «Международный маркетинг и СТК»

Бишкек – 2025г.

Обсуждена и одобрена на заседании ОП «Маркетинг» Института менеджмента и
бизнеса им. А.А.Асановой
Протокол № 2 от 16.08 2024 г.
ОП «Маркетинг»
к.э.н., проф. Керимкулова М.К.



Рассмотрена и одобрена на заседании УМК ИМиБ им. А.А.Асановой
Протокол № 2 от 16.08 2024 г.
Председатель УМК ИМиБ им. А.А.Асановой,
Султаналиева А.Д.



Рекомендована Ученым Советом ИМиБ им. А.А.Асановой
Протокол № 3 от 25.08 2024 г.
Председатель УС ИУиБ им. А.А.Асановой,
к.э.н. профессор Керимкулова М.К.



Составитель:

Исмаилова Н.Р. - к.э.н., доцент
Керимкулова М.К. к.э.н., проф



1. Общие положения

1.1. Данная программа составлена в соответствии с законами Кыргызской Республики «Об образовании», действующими Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования с присвоением квалификации «Магистр», «Положением об итоговой государственной аттестации выпускников КНУ им. Ж. Баласагына» и организует итоговую государственную аттестацию магистрантов по направлению 581000 «Маркетинг».

Программа утверждена Ученым Советом ИМиБ, учитывает общие требования к магистранту, предусмотренные государственным образовательным стандартом по направлению, и содержит требования к обязательному минимуму знаний магистрантов выпускников кафедры «Маркетинг, коммерция и логистика».

Выполнение настоящего Государственного образовательного стандарта является обязательным для вузов, реализующих профессиональные образовательные программы по подготовке магистров, независимо от их организационно-правовых форм.

1.2. Цель государственной аттестации.

Целью итоговой государственной аттестации является установление уровня подготовки магистранта высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

В области обучения целью ООП ВПО по направлению подготовки 581000 «Маркетинг» является методическое обеспечение реализации ГОС ВПО по данному направлению подготовки и на этой основе развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по данному направлению подготовки.

1.3. Требования к государственной аттестации.

К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав итоговой государственной аттестации, допускается лицо, успешно в полном объеме завершившее освоение основной образовательной программы по специальности (направлению подготовки) высшего профессионального образования, разработанной Университетом в соответствии с требованиями ГОС ВПО.

При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую государственную аттестацию, магистранту Университета присваивается соответствующая квалификация и выдается диплом государственного образца о высшем профессиональном образовании.

1.4. Требования к профессиональной подготовленности магистра по направлению.

Выпускник по направлению подготовки 581000 «Маркетинг» с присвоением квалификации "магистр" в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности, указанными в пп. 3.4 и 3.8 настоящего ГОС ВПО, должен обладать следующими компетенциями:

- а) универсальными:
- общенаучными (ОК):

Общенаучными (ОК):

- владеет целостной системой научных знаний об окружающем мире, способен ориентироваться в ценностях жизни, культуры (ОК-1);
- способен использовать базовые положения математических /естественных/ гуманитарных/ экономических наук при решении профессиональных задач (ОК-2);

- способен к приобретению новых знаний с большой степенью самостоятельности с использованием современных образовательных и информационных технологий (ОК-3);
- способен понимать и применять традиционные и инновационные идеи, находить подходы к их реализации и участвовать в работе над проектами, используя базовые методы исследовательской деятельности (ОК-4);
- способен анализировать и оценивать социально-экономические и культурные последствия новых явлений в науке, технике и технологии, профессиональной сфере (ОК-5);
- способен на научной основе оценивать свой труд, оценивать с большой степенью самостоятельности результаты своей деятельности (ОК-6).

Инструментальными (ИК):

- способен к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выборе путей ее достижения (ИК-1);
- способен логически, верно, аргументировано и ясно строить свою устную и письменную речь на государственном и официальном языках (ИК-2);
- владеть одним из иностранных языков на уровне социального общения (ИК-3);
- способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ИК-4);
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером, как средством управления информацией, в том числе в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ИК-5);
- способен участвовать в разработке организационных решений (ИК-6).

Социально-личностными и общекультурными (СЛК)

- способен к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, проявляет уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений (СЛК-1);
- умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (СЛК-2);
- способен и готов к диалогу на основе ценностей гражданского демократического общества, способен занимать активную гражданскую позицию (СЛК-3);
- способен использовать полученные знания, необходимые для здорового образа жизни, охраны природы и рационального использования ресурсов (СЛК-4);
- способен работать в коллективе, в том числе над междисциплинарными проектами (СЛК-5).

Профессиональными (ПК)

Торгово-технологическая деятельность:

- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК 1)
- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической или товароведной); (ПК2)
- готовностью выбирать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической или товароведной) (ПК 3);

Организационно-управленческая деятельность:

- способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК4);
- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; способностью к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической или товароведной) (ПК 5);
- способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес- технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической или товароведной) (ПК 6);

Экспертная деятельность:

- способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовностью выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее; (ПК 7)

Проектная деятельность:

- подготовленностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; (ПК 8)
- способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готовностью к проектированию и разработке бренд- технологий; (ПК 9)

Научно-исследовательская деятельность:

- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры и бизнес технологий с использованием научных методов; (ПК 10)
- способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, маркетинговой, рекламной, логистической или товароведной); (ПК 11)
- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ; (ПК 12)

Педагогическая деятельность:

- способностью организовать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, маркетинговой, рекламной, логистической или товароведной); (ПК 13);

1.5. Требования к итоговой государственной аттестации.

Итоговая государственная аттестация магистра включает государственный междисциплинарный экзамен и защиту магистерской диссертации.

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен магистрантов ставит своей целью комплексно оценить соответствие подготовки магистрантов требованиям Государственных образовательных стандартов Кыргызской Республики, как имеющих

широкую базовую подготовку и способных применить свои знания в международных экономических, коммерческих и управленческих структурах. Государственный экзамен должен выявить степень овладения магистрантами общетеоретических положений коммерческой и маркетинговой теории и практики, а также мирового опыта и функционирования коммерческой сферы в решении профессиональных задач в области международного маркетинга.

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен включает в себя следующие экономические дисциплины: Стратегический маркетинг, Электронный маркетинг, Международный маркетинг, М.2.10. Международная торговля, Конъюнктура мирового рынка товаров и услуг.

На основе изучения этих дисциплин магистрант по направлению 581000 «Маркетинг» специализации «Международный маркетинг и СТК» должен

Знать:

- основные экономические проблемы в области избранной магистерской программы и возможности современных научных средств их анализа и решения;
- современные технологии делопроизводства, литературного редактирования, реферирования;

Уметь:

- формулировать и решать задачи, возникающие в ходе научно-исследовательской и педагогической деятельности;
- выбирать необходимые методы исследования, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы, исходя из задач конкретного исследования;
- использовать научную литературу в объеме, достаточном для научной, производственной или педагогической деятельности;
- обрабатывать полученные результаты, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся данных;
- вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;

Владеть навыками самостоятельной научно-исследовательской и научно-педагогической деятельности.

Вышеназванные дисциплины являются основными дисциплинами направления и специализации в рамках утвержденного учебного плана.

2. Содержание итогового государственного комплексного экзамена

2.1. Программа дисциплины «Стратегический маркетинг»

Дисциплина «Стратегический маркетинг» помогает обучающимся овладеть приемами и методами разработки стратегических направлений деятельности торговых предприятий и организаций в условиях острой конкурентной борьбы.

Концепция стратегического маркетинга. Цель стратегического маркетинга. Основы измерения конкурентоспособности разных объектов (товар, организация-производитель, страна, отрасль, регион). Структура системы стратегического маркетинга и краткое содержание ее компонентов. Методы прогнозирования в стратегическом маркетинге. Стратегические прогнозы рыночных возможностей. Основные элементы стратегического анализа. Анализ привлекательности рынка и прогнозирование спроса. Формирование маркетинговой стратегии и факторы, влияющие на маркетинговую стратегию компании. Определение целевого рынка. Анализ потребностей по средствам сегментации рынка, стратегия сегментации. Стратегии в разработке новых товаров, управлении марками товаров на протяжении их жизненного цикла. Маркетинговая стратегия тотального качества. Стратегии ценообразования. Комплекс средств, продвижения товаров и сочетание четырех коммуникационных стратегий. Теория управления конкурентными

преимуществами предприятия. Основные формирования стратегических цен. Стратегические решения по каналам сбыта. Стратегические решения в области коммуникации. План стратегического маркетинга.

Дисциплина «Стратегический маркетинг» вырабатывает в магистранте такие компетенции как ОК-1,3,4,5,6 ; ИК-1,2,4,5,6; СЛК – 1,2,4,5; ПК-1,2,3,5,6,7, 11, 12,14.

Перечень вопросов по дисциплине «Стратегический маркетинг»

1. Концепция стратегического маркетинга.
2. Сущность, функции и принципы стратегического маркетинга.
3. Управление стратегическим маркетингом.
4. Конкурентные преимущества в стратегическом маркетинге.
5. Структура системы стратегического маркетинга.
6. Методы прогнозирования в стратегическом маркетинге.
7. Сущность, принципы и классификация методов прогнозирования.
8. Анализ в стратегическом маркетинге: Сущность и принципы анализа.
9. Стратегии позиционирования в стратегическом маркетинге
10. Формирование стратегических цен.
11. Факторы ценообразования и методы прогнозирования цен в стратегическом маркетинге.
12. Выбор стратегии ценообразования.
13. Разработка стратегического управленческого решения.
14. Сущность и классификация управленческих решений.
15. Разработка нормативов конкурентоспособности и стратегии организации.
16. Анализ конкурентных преимуществ организации.
17. Разработка нормативов конкурентоспособности товаров и организации.
18. Состав и содержание стратегии организации.
19. Инновационная деятельность организации по выполнению ее стратегии.
20. Сущность, классификация и кодирование инноваций в стратегическом маркетинге.

Основная литература:

1. Дей Д. Стратегический маркетинг/ Персонал. –М.: ЭКСМО-Пресс, 2010 г.
2. Кревенс Д.В. Стратегический маркетинг/ пер. с англ. – М.:Вильямс, 2009 г.
3. Ломбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Наука, 2011 г.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. Учебник 3-е изд. СПб – 2010 г.
5. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг/Пер. с франц. СПб.:Наука 2009 г.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг. Под общ. ред. Романова М.: Юнити, 2010 г.
2. Современный маркетинг. Под. Ред. В.Е. Хруцкого М.: Финансы и статистика, 2012 г.
3. Соловьев Б.А. Управление маркетингом. Модуль 13. М.: Инфра-М, 2011 г.
4. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. Учебник для ВУЗов. М.: Инфра-М, 2010г.- 248с.
5. Блэкуэлл, Р.Д., Миниард, П.У., Энжел, Дж. Ф. Поведение потребителей [Текст].- 10-е изд. Изд-во: ПИТЕР, 2010.

2.2. Программа дисциплины «Международный маркетинг»

Общая характеристика международной маркетинговой деятельности. Международная среда. Структура среды международного маркетинга. Глобализация

экономики и стратегии международного развития. Маркетинговые исследования на мировых рынках. Особенности сегментации зарубежных рынков. Стратегии международной деятельности компании. Системы товародвижения в международном маркетинге. Экспортная товарная политика. Международная ценовая политика. Международная коммуникационная политика. Коммуникации в международном маркетинге: понятие, роль, значение, процесс и этапы. Международные коммуникационные стратегии. Деятельность ТНК. Международные проекты. Управление деятельностью предприятия в сфере международного маркетинга. Средства международных коммуникаций. Международная товарная политика компаний. Роль и место "паблик рилейшинз" в международном маркетинге. Разработка ценовых стратегий на внешнем рынке.

Перечень вопросов по дисциплине «Международный маркетинг»

1. Сущность, содержание и особенности международного маркетинга.
2. Функции и цели международного маркетинга.
3. Виды международного маркетинга.
4. Специфика маркетинга во внешнеэкономической деятельности.
5. Международные маркетинговые исследования и сегментация международного рынка.
6. Маркетинговая среда в международном маркетинге.
7. Понятие, виды и критерии сегментации в международном маркетинге.
8. Стратегия международной деятельности компании.
9. Экспортный и международный маркетинг: общее и различия в концептуальных подходах.
10. Стратегия международного маркетинга.
11. Экспортный и международный маркетинг: общее и различия в концептуальных подходах.
12. Международная ценовая политика.
13. Международная политика продукта.
14. Международная коммуникационная политика.
15. Способы присутствия компании за рубежом.
16. Патентно-правовое обеспечение экспортных операций.
17. Управление деятельностью предприятия в сфере международного маркетинга.
18. Основные виды мировых цен и их особенности.
19. Экспортная товарная политика.
20. Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга.

Основная литература:

1. Азарян Е.М. «Международный маркетинг» - Харьков: Студцентр 2007г.
2. Багиев Г.Л. и др. «Международный маркетинг», Учебник для ВУЗов. - 2-е. – СПб: Питер, 2009г.
3. Буров А.С. «Международный маркетинг», учебное пособие, 2-е издание, Харьков: 2009г.
4. Диденко Н.И., Скрипнюк Д.Ф. «Международный маркетинг» М: Юрайт - 2012г.
5. Карпова С.В. «Международный маркетинг», Серия: Высшее образование. - М.: Феникс, 2009г.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг: общий курс. Под редакцией Колужновой Н.Я., Якобсона А.Я.- М: Омега-Л, 2008г.
2. Международный маркетинг: Учебное пособие. Под редакцией Н.А. Нагапетьянца, 2-е издание М: - ЮНИТИ, 2007г.
3. Словарь маркетинговых терминов: Перевод с англ.яз. Б.Э. Тоффлер, Имбер Дж.-

М.: ИНФРА-М, 2007г.

4. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях. / Под. ред. В. М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2001.
5. Райс Эл. Траут Дж. Маркетинговые войны. – СПб. Питер, 2000.

2.3. Программа дисциплины «Международная логистика»

Сущность международной логистики. Организационные аспекты международной логистики. Международные логистические цепи поставок. Инфраструктура международной логистики. Правовое обеспечение международной логистической деятельности. Таможенное обеспечение международной логистической деятельности. Информационное обеспечение международной логистики. Риски в международной логистике.

Перечень вопросов по дисциплине «Международная логистика»

1. Сущность и факторы развития международной логистики
2. Инфраструктура международной логистики
3. Виды и характеристики таможенных процедур и режимов в международной логистической деятельности
4. Предмет и методы международной логистики.
5. Понятие инфраструктуры и компоненты инфраструктуры международной логистики
6. Определение таможенной стоимости товара в международной логистической деятельности
7. Международная транспортная инфраструктура.
8. Риски в международной логистике.
9. Международная инфраструктура железнодорожного транспорта.
10. Проблема рисков в международной логистической деятельности.
11. Конкуренция в международной логистике
12. Международная инфраструктура автомобильного транспорта
13. Факторы внедрения международной логистики в деятельность предприятий, работающих на внешнем рынке
14. Управление рисками в международных цепях поставок
15. Организационные аспекты международной логистики
16. Роль информационных технологий в международной логистике
17. Правовое обеспечение международной логистической деятельности

Основная литература:

1. Международная логистика: Учебник [Электронный ресурс]. - СПб, 2017. - 48 с.
2. Гаджинский, А.М. Логистика [Текст]: учеб. для вузов / А.М. Гаджинский. – 15-е изд., перераб.и доп. – М.: Дашков и К, 2018. – 432 с.
3. Международная логистика: Учебник [Электронный ресурс]. - СПб, 2018. - 124 с.

Дополнительная литература:

1. Крылов И. А. Международная логистика: проблемы, возможности, решения // Молодой ученый. — 2018. — №13.1. — С. 60-63.
2. Сурин А.А., Чеховская М.Н. «Китайский фактор» в развитии транспортно-логистического рынка России [Текст] / А.А. Сурин, М.Н. Чеховская // Логистика сегодня. – №4. – 2019. – С. 240–259.

4. Володин А.В. Международные транспортные коридоры и национальная безопасность России: статья [Электронный ресурс] //PDF, 2018.
5. Домнин, И. В. Ликвидация транспортных барьеров – снижение логистических издержек [Текст]/ И. В. Домнин // Логистика сегодня. – №2. – 2019. – С. 84–87.
6. Еремеева Л.Э. Логистика [Текст]: учебно-методический комплекс / Л.Э. Еремеева. – Сыктывкар: СЛИ, 2018. – 96 с.
7. Кох, И. Тенденции в международной логистике [Текст]: статья [Электронный ресурс]: [пер. с англ. Н.Н. Ковтонюк] / И. Кох. – <http://www.loginfo.ru>. – №6. – 2017. – С. 10–15.
8. Бельзецкий А. Инфраструктура международной логистики [Электронный ресурс]: http://studopedia.ru/15_60408_infrastruktura-mezhdunarodnoy-logistiki.html. – 2018г.

2.4. Критерии оценок достижений магистрантов с учетом уровня сформированных компетенций.

Оценка знаний выпускников проводится по следующим критериям:

- оценка «отлично» выставляется магистранту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, причем не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятие решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;
- оценка «хорошо» выставляется магистранту, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу его излагает, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;
- оценка «удовлетворительно» выставляется магистранту, если он имеет знание только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточность, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется магистранту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно отвечает на задаваемые вопросы, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

3. Требования к магистерской диссертации магистра

3.1. Цель магистерской диссертации

Целью магистерской диссертации, является получение завершающего этапа высшего профессионального образования, и должна обеспечивать не только закрепление академической культуры, но и необходимую совокупность методологических представлений и методических навыков в избранной области профессиональной деятельности.

Магистерская диссертация, являясь завершающим этапом высшего профессионального образования, обеспечивает не только закрепление академической культуры, но и необходимую совокупность методологических представлений и методических навыков в избранной области профессиональной деятельности.

Магистерская диссертация выполняется на базе теоретических знаний и практических навыков, полученных магистрантом в течение всего срока обучения в вузе, прохождения практики и научно-исследовательской работы, выполняемой в магистратуре.

Выполнение выпускной квалификационной работы является заключительным этапом обучения магистранта на соответствующей ступени образования и имеет своей целью:

- углубление, расширение, систематизацию, закрепление теоретических знаний и приобретение навыков практического применения этих знаний при решении конкретной научной, производственной, экономической или организационно-управленческой задачи;
- развитие навыков ведения самостоятельных теоретических и экспериментальных исследований, оптимизации проектно-технологических, творческих и экономических решений;
- приобретение опыта обработки, анализа и систематизации результатов теоретических, прикладных и экспериментальных исследований, оценки их практической значимости и возможной области применения;
- приобретение опыта представления и публичной защиты результатов своей деятельности.

В процессе подготовки и защиты диссертации магистрант должен продемонстрировать:

- способности к самостоятельному творческому мышлению;
- владение методами и методиками исследований, выполняемых в процессе работы;
- способность к научному анализу полученных результатов;
- умения обосновывать положения, выносимые на защиту, формулировать выводы;
- умение оценить возможности использования полученных результатов в научной, преподавательской и практической деятельности.

Научный руководитель магистерской диссертации назначается приказом ректора университета по представлению выпускающей кафедры. В качестве научного руководителя диссертации могут назначаться руководители магистерских программ, научные руководители магистрантов, профессора или доценты выпускающей кафедры, родственных кафедр вуза или научные сотрудники (доктора или кандидаты наук) научных и научно-производственных учреждений.

В случае если магистерская диссертация имеет междисциплинарный характер или связана с тематикой сторонней организации, где проводилась научно-исследовательская работа магистранта, выпускающей кафедре предоставляется право приглашения научных консультантов по отдельным разделам работы.

Работа над магистерской диссертацией выполняется магистрантом непосредственно на выпускающей кафедре с предоставлением ему необходимых условий для работы, или в научных, научно-производственных организациях, с которыми было связано выполнение научно-исследовательской работы.

При экспертизе магистерской диссертации рекомендуется привлечение внешних рецензентов.

3.2. Требования к содержанию магистерской диссертации

Содержание магистерской диссертации и ее научный уровень учитываются при оценке качества реализации профессиональных образовательных программ. Требования к содержанию, объему и структуре магистерской диссертации определяются ГОС ВПО направления и требованиями к выпускным квалификационным работам, разработанными кафедрой «Маркетинг, коммерции и логистики» Института менеджмента и Бизнеса КНУ им. Ж.Баласагына.

Магистерская диссертация является важнейшим итогом обучения на соответствующей стадии образования. В связи с этим содержание магистерской работы и

качество ее защиты должны учитываться наряду с уровнем теоретических знаний, полученных в процессе обучения, как основного критерия оценки уровня подготовки выпускника.

Содержание магистерской диссертации должно удовлетворять требованиям ГОС ВПО к профессиональной подготовке выпускника и включать в себя:

- определение проблемы исследования, ее анализ и обоснование актуальности;
- формулировку цели и задач исследования, имеющих научное, научно-практическое или научно-методическое направления;
- определение объекта, предмета, гипотезы исследования;
- обоснование методологии и методики исследования;
- характеристику научной новизны, новых результатов теоретического характера, которые получены в процессе исследования (новый подход, способ, модель, методика и т.п.);
- определение практической ценности, новых результатов прикладного характера, которые могут быть использованы на практике (методики, информационные технологии, программные средства и т.п.), каков их эффект (педагогический, экономический, снижение затрат времени, материальных затрат и т.п.);
- выводы, рекомендации по использованию полученных результатов в научной, педагогической и практической деятельности, предусматривая защиту их приоритета и новизны;
- результаты (положения), выносимые на защиту (т.е. те новые и существенные результаты, обсуждение которых позволяет оценить значимость и качество выполненной научной работы);
- апробацию результатов (отражает участие в семинарах, конференциях, конкурсах; представлена в публикациях);
- аналитический обзор современного состояния и степени разработки темы исследования, критическую оценку существующих методов и средств решения;
- научную (теоретическую) составляющую, т.е. предлагаемую методологию и методику исследования; выполненную последовательность действий и полученные теоретические результаты;
- научно-практическую составляющую, которая включает в себя практическую реализацию результатов, разработку программного продукта, информационной системы или оригинального проекта (фрагмента);
- прикладную составляющую, которая подтверждает достоверность полученных результатов и эффективность их использования, практическую значимость;
- обобщенную итоговую оценку проделанной работы: общую характеристику круга решенных задач; основные результаты, выводы, возможные направления и перспективы продолжения работы по исследуемой теме.
- список используемых источников, в том числе собственных; приложения.

3.3. Требования к структурным элементам магистерской диссертации

Структура магистерской диссертации включает:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы основной части;
- заключение;
- библиографический список использованных источников (а том числе собственных);
- приложения;

3.4. Требования к оформлению магистерской диссертации

Оформление и защита магистерской диссертации должны соответствовать следующим требованиям:

- объем магистерской диссертации, определяется в пределах 70-100 страниц машинописного текста;
- цифровые, табличные и прочие иллюстрированные материалы могут быть вынесены в приложения;
- магистерская диссертация должна иметь подписи студента, научного руководителя диссертации;
- защита диссертации осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии, представляется в форме авторского доклада, на который отводится не более 15-20 минут.

Магистерская диссертация набирается на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word. Рекомендуется следующий вариант форматирования текста: шрифт – Times New Roman размером 14 пт., междустрочный интервал – полуторный, выравнивание текста на странице – по ширине. Нумерация страниц осуществляется по порядку арабскими цифрами, включая иллюстрации и приложения, без пропусков и повторений. На титульном листе номер не ставится. Работа печатается на одной стороне листа белой бумаги формата А4 со следующими полями: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм, правое – 0,5-1 мм.

3.5. Примеры тем магистерских диссертаций

1. Стратегический торговый контроль как фактор изучения современной, среды международного маркетинга.
2. Изучение основных направлений контроля торговли стратегическими товарами в международном маркетинге (и в условиях санкционных ограничений).
3. Маркетинговое исследование рынка товаров двойного назначения и (соблюдения международных правил торговли в условиях санкционных ограничений)
4. Маркетинговое исследование рисков и угроз торговли товарами двойного назначения
5. Маркетинговое изучение правовых аспектов международной торговли товарами и технологиями двойного назначения в КР
6. Анализ системы экспортного контроля в КР в международном маркетинге
7. Маркетинговое исследование особенностей рынка товаров в области ХБРЯ
8. Маркетинговое изучение принципов и механизмов регулирования международного бизнеса
9. Маркетинговое изучение основ правового обеспечения и охраны объектов интеллектуальной собственности
10. Роль Кыргызской Республики как участник международных договоров и режимов экспортного контроля
11. Проблемы и перспектива развития системы экспортного контроля в КР
12. Изучение международной практики стратегического торгового контроля
13. Безопасная наука как объект стратегического торгового контроля
14. Комплексное исследование рынка стратегических товаров
15. Маркетинговое исследование особенностей жизненного цикла товаров двойного назначения
16. Государственная политика Кыргызстана в области экспортного торгового контроля.
17. Роль СТК в борьбе с угрозами терроризма в Центральной Азии.

18. Необходимость международных договоров в сфере стратегического торгового контроля.
19. Международное сотрудничество Кыргызстана в области международной безопасности.
20. Международные экономические отношения в условиях рынка и важность СТК
21. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности и обеспечение безопасности в сфере СТК
22. Международный контроль за торговлей товарами и технологиями двойного назначения.
23. Стратегический торговый контроль и его место в международной практике.
24. Международное разделение труда.
25. Торгово-экономические отношения Кыргызстана со странами Запада.
26. Торгово-экономические отношения Кыргызстана со странами Востока.
27. Торгово-экономические отношения Кыргызстана со странами Европы.
28. Регулирование международного бизнеса в Кыргызстане в рамках СТК
29. Правовая основа международных маркетинговых исследований.
30. Механизмы регулирования торговли товарами и технологиями двойного назначения.
31. Туристический бренд Кыргызской Республики: стратегия уникальной позиции

3.6. Критерии оценок с учетом уровня продемонстрированных компетенций.

Магистерская диссертация является важнейшим итогом обучения на соответствующей стадии образования. В связи с этим содержание магистерской работы и качество ее защиты учитываются наряду с уровнем теоретических знаний, полученных в процессе обучения, как основного критерия оценки уровня подготовки выпускника.

К защите магистерской диссертации допускается лицо, успешно завершившее в полном объеме освоение основной образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям) высшего профессионального образования, разработанной университетом в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования и успешно прошедшее все другие виды итоговых аттестационных испытаний.

Защита магистерской работы (за исключением работ по закрытой тематике) проводится на открытом заседании экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

Результаты выполнения магистерской диссертации определяются ГАК посредством оценок "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационных комиссий.

3.7. Образец титульного листа магистерской диссертации

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ
КЫРГЫЗСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Ж.БАЛАСАГЫНА**

**Институт менеджмента и бизнеса им. А.А.Асановой
Образовательная Программа «Маркетинг»**

Магистерская диссертация

**Направление подготовки 581000 «Маркетинг»
Профиль подготовки «Международный маркетинг и СТК»**

Тема: «_____»

Научный руководитель _____
(Ф.И.О. , ученая степень, ученое звание должность)

(подпись)

Рецензент _____
(Ф.И.О. , ученая степень, ученое звание, должность)

(подпись)

Исполнитель _____
(Ф.И.О., группа)

(подпись)

Бишкек – 2024 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
Кыргызский Национальный Университет им. Ж. Баласагына
Институт менеджмента и бизнеса им. А.А.Асановой
Образовательная Программа «Маркетинг»

На правах рукописи
УДК:

Ф.И.О.

«Маркетинг в системе образования»

**Магистерская диссертация
на соискание квалификации магистра
по направлению 581000 «Маркетинг»
со специализацией «Международный маркетинг и СТК»**

Научный руководитель:

Бишкек – 2024 г

Работа выполнена по направлению 581000 Маркетинг
Института менеджмента и бизнеса им. А.А.Асановой
при КНУ им. Ж. Баласагына

Научный руководитель:

Кандидат экономических наук, доцент Ф.И.О.

Рецензент:

Кандидат экономических наук, доцент Ф.И.О.

Выполнил:

Магистрант Ф.И.О.
