

Приложение  
к приказу Министерства образования  
и науки Кыргызской Республики  
от «21» сентября 2021 г.  
№ 1578/1

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**НАПРАВЛЕНИЕ: 581000 Маркетинг**

**Квалификация: магистр**

**Бишкек 2021**

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

**1.1.** Настоящий Государственный образовательный стандарт по направлению **581000 Маркетинг** высшего профессионального образования разработан уполномоченным государственным органом в области образования Кыргызской Республики в соответствии с Законом "Об образовании" и иными нормативными правовыми актами Кыргызской Республики в области образования и утверждён в порядке, определённом Кабинетом Министров Кыргызской Республики.

Выполнение настоящего Государственного образовательного стандарта является обязательным для всех вузов, реализующих профессиональные образовательные программы по подготовке магистров, независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности.

### 1.2. Термины, определения, обозначения, сокращения

В настоящем Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования 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 ученика (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;

- **магистр** – уровень квалификации высшего профессионального образования, дающий право для поступления в аспирантуру и (или) в базовую докторантуру (PhD/по профилю) и осуществления профессиональной деятельности;

- **кредит** - условная мера трудоемкости основной профессиональной образовательной программы;

- **результаты обучения** - компетенции, приобретенные в результате обучения по основной образовательной программе/модулю.

- **выравнивающие курсы** – дисциплины, осваиваемые студентами-магистрантами, не имеющими базового образования по направлению (специальности) «Маркетинг», в течение первого года обучения для приобретения базовых профессиональных знаний и компетенций, требуемых для освоения основной образовательной программы подготовки магистров по направлению «Маркетинг»;

- **общенаучные 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;

- **профессиональный стандарт** – основополагающий документ, определяющий в рамках конкретного вида профессиональной деятельности требования к ее содержанию и качеству, и описывающий качественный уровень квалификации сотрудника, которому тот обязан соответствовать, чтобы по праву занимать свое место в штате любой организации, вне зависимости от рода ее деятельности».

**1.3. Сокращения и обозначения.** В настоящем Государственном образовательном стандарте используются следующие сокращения:

**ГОС** - Государственный образовательный стандарт;

**ВПО** - высшее профессиональное образование;

**ООП** - основная образовательная программа;

**УМО** - учебно-методические объединения;

**ЦД ООП** - цикл дисциплин основной образовательной программы;

**ОК** - общенаучные компетенции;

**ИК** - инструментальные компетенции;

**ПК** - профессиональные компетенции;

**СЛК** - социально-личностные и общекультурные компетенции.

## **2. Область применения**

**2.1.** Настоящий Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (далее - ГОС ВПО) представляет собой совокупность норм, правил и требований, обязательных при реализации ООП по направлению подготовки магистров **581000 «Маркетинг»** и является основанием для разработки учебной и организационно-методической документации, оценки качества освоения основных образовательных программ высшего профессионального образования всеми образовательными организациями высшего профессионального образования (далее - вузы) независимо от их форм собственности и ведомственной принадлежности, имеющих лицензию по соответствующему направлению подготовки магистров на территории Кыргызской Республики.

**2.2.** Основными пользователями настоящего ГОС ВПО по направлению **581000 «Маркетинг»** являются:

- **администрация и научно-педагогический** (профессорско-преподавательский состав, научные сотрудники) состав вузов, ответственные в своих вузах за разработку, эффективную реализацию и обновление основных профессиональных образовательных программ с учетом достижений науки, техники и социальной сферы по данному направлению и уровню подготовки;

- **студенты**, ответственные за эффективную реализацию своей учебной деятельности по освоению основной образовательной программы вуза по данному направлению подготовки и уровню подготовки;

- **объединения специалистов и работодателей** в соответствующей сфере профессиональной деятельности;

- **учебно-методические объединения и советы**, обеспечивающие разработку

основных образовательных программ по поручению центрального государственного органа исполнительной власти в сфере образования Кыргызской Республики;

- **государственные органы исполнительной власти**, обеспечивающие финансирование высшего профессионального образования;

- **уполномоченные государственные органы исполнительной власти**, обеспечивающие контроль за соблюдением законодательства в системе высшего профессионального образования;

- **аккредитационные агентства**, осуществляющие аккредитацию образовательных программ и организаций в сфере высшего профессионального образования.

### **2.3. Требования к уровню подготовленности абитуриентов.**

2.3.1. Уровень образования абитуриента, претендующего на получение высшего профессионального образования с присвоением квалификации «магистр» - высшее профессиональное образование с присвоением квалификации «бакалавр» или высшее профессиональное образование с присвоением квалификации «специалист».

2.3.2. Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем профессиональном образовании с присвоением квалификации «бакалавр» или высшем профессиональном образовании с присвоением квалификации «специалист».

## **3. Общая характеристика направления подготовки**

**3.1.** В Кыргызской Республике по направлению подготовки **581000 «Маркетинг»** реализуются следующие:

- ООП ВПО по подготовке бакалавров;
- ООП ВПО по подготовке магистров.

Выпускникам вузов, полностью освоившим ООП ВПО по подготовке бакалавров и успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию в установленном порядке, выдается диплом о высшем образовании с присвоением квалификации «бакалавр».

Выпускникам вузов, полностью освоившим ООП ВПО по подготовке магистров и успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию в установленном порядке, выдается диплом о высшем образовании с присвоением квалификации «магистр»;

Профили ООП ВПО в рамках направления подготовки магистров определяются вузом на основе отраслевых/секторальных рамок квалификаций (при наличии).

**3.2.** Нормативный срок освоения ООП ВПО подготовки магистров по направлению **581000 «Маркетинг»** на базе среднего, общего или среднего профессионального образования при очной форме обучения составляет не менее 6 лет, на базе высшего профессионального образования, подтвержденного присвоением академической степени «бакалавр», - не менее 2 лет.

Сроки освоения ООП ВПО по подготовке магистров на базе высшего профессионального образования, подтвержденного присвоением квалификации «бакалавр», по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения, увеличиваются вузом на полгода относительно установленного нормативного срока освоения при очной форме обучения.

Сроки освоения ООП ВПО по подготовке магистров на базе полного высшего профессионального образования с присвоением квалификации «специалист» составляют не менее одного года.

Для абитуриентов с высшим профессиональным образованием по неродственным направлениям подготовки бакалавров и специальностям срок образовательной программы увеличивается за счет освоения специальных выравнивающих курсов, формирующих базовые профессиональные знания и компетенции ООП ВПО по подготовке магистров по соответствующему направлению.

При обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы получения образования срок обучения устанавливается вузом самостоятельно.

При обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными

возможностями здоровья вуз вправе продлить срок обучения по сравнению со сроком, установленным для соответствующей формы получения образования.

Иные нормативные сроки освоения ООП ВПО по подготовке магистров устанавливаются Кабинетом Министров Кыргызской Республики.

**3.3.** Общая трудоемкость освоения ООП подготовки магистров на базе среднего общего или среднего профессионального образования при очной форме обучения составляет не менее 360 кредитов и на базе высшего профессионального образования, подтвержденного присвоением квалификации "бакалавр", составляет не менее 120 кредитов.

Трудоемкость ООП ВПО по очной форме обучения за учебный год равна не менее 60 кредитам.

Трудоемкость одного семестра равна не менее 30 кредитам (при двух семестровом построении учебного процесса).

Один кредит эквивалентен 30 часам учебной работы студента (включая его аудиторную, самостоятельную работу и все виды аттестации).

Трудоемкость ООП по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения за учебный год составляет не менее 48 кредитов.

**3.4. Цели ООП ВПО по направлению подготовки 581000 «Маркетинг»** в области обучения и воспитания личности.

**3.4.1.** 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. При этом формулировка целей ООП, как в области воспитания, так и в области обучения, даётся с учетом специфики конкретной ООП, характеристики обучающихся, а также научных школ вузов и потребностей рынка труда в республике.

**3.4.2.** В области воспитания личности целью ООП ВПО по направлению подготовки **581000 «Маркетинг»** является: формирование социально-личностных качеств студентов: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, толерантности, повышения общей культуры и т.д.

### **3.5. Область профессиональной деятельности выпускников.**

Область профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки **581000 «Маркетинг»** включает:

- сфера бизнеса (производство, сфера услуг, торговля, аграрный сектор и др.)
- различные уровни государственного управления рынком и рыночными отношениями (отраслевые, региональные, национальные, международные и др.)
- некоммерческая сфера (социальный сектор, политическая сфера и др.)
- сфера науки и образования.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций, требованиям к квалификации работника.

### **3.6. Объекты профессиональной деятельности выпускников.**

Объектами профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки **581000 «Маркетинг»** являются:

- материальные товары (индивидуального потребления и производственного назначения);
- услуги (бытовые, производственные, информационные, финансовые, интеллектуальные и др.);
- предприятия и организации (различных форм собственности и видов

деятельности);

- территории, регионы и государства;
- люди и личности, управляющие своим социальным, интеллектуальным, политическим, культурно-нравственным и духовным развитием.

### **3.7. Виды профессиональной деятельности выпускников магистратуры по направлению 581000 «Маркетинг»:**

- Информационно-аналитическая деятельность;
- Организационно-управленческая деятельность;
- Маркетинговый аудит;
- Информационно-коммуникационная деятельность;
- Научно-исследовательская и проектно-конструкторская работа;
- Педагогическая деятельность;
- Социальная деятельность;

### **3.8. Задачи профессиональной деятельности выпускников-магистров:**

#### ***В области информационно-аналитической деятельности:***

- изучение и оценка конъюнктуры рынка на уровне мезо-, макро- и мировой экономики для обоснования управленческих решений;
- определение объема производства, экспорта и импорта соответствии с конъюнктурой рынка;
- изучение конкурентной среды, потребителей, поставщиков, посредников и разработка маркетинговой политики для эффективной деятельности экономических субъектов;
- изучение потенциала компании, отраслей, регионов и национальной экономики и разработка соответствующих рекомендаций по повышению их конкурентоспособности;
- ориентация результатов деятельности экономических субъектов на удовлетворение нужд и потребностей потребителей, общества и человечества;

#### ***В области организационно-управленческой деятельности:***

- Разработка обоснований для выбора технологии, определения объема и ассортимента производства на основе маркетингового анализа;
- Управление конкурентоспособностью, ассортиментом, ценой и качеством продукции (услуг), а также отрасли, страны, региона;
- Организация эффективного сервиса, отвечающего международным требованиям, управление системой сбыта товара (услуг) на внутренних и международных рынках;
- Разработка и реализация стратегических планов маркетинга;
- Прогнозирование и стратегическое планирование коммерческого успеха экономических субъектов на внутренних и международных рынках;

#### ***В деятельности маркетингового аудита:***

- Научное обоснование и разработка методики маркетингового аудита;
- Управление маркетинговыми исследованиями и разработка плана маркетингового аудита;
- Маркетинговое исследование в проектах (государства, международных организаций, коммерческих и некоммерческих субъектов);
- Разработка маркетинговых стратегий развития экономических субъектов;

#### ***В области информационно-коммуникационной деятельности:***

- Внедрение инновационных технологий, средств коммуникации и информационной системы в профессиональную деятельность;
- Управление деятельностью компаний по коммерческой пропаганде, пиару и в сфере рекламного бизнеса;
- Управление стратегией и брендом компании, воздействие на потребителя, разработка плана мероприятий по стимулированию сбыта продукции (услуг) и формирование спроса в пользу компании, отрасли, региона, страны;

- Разработка и управление стратегиями по совершенствованию средств и технологий коммуникации на международных рынках;
- Информационное обеспечение управленческих решений на уровне микро-, мезо-, макроэкономики;

***В области научно-исследовательской и проектно-конструкторской деятельности:***

- Изучение и расширение методологии маркетинга, как науки, а также проведение экспертизы исследований в области маркетинга;
- Разработка и проведение комплексных научно-обоснованных маркетинговых исследований фирмы, отрасли, региона;
- Разработка научных статей, монографий, учебных пособий и учебников в области маркетинга;
- Внедрение достижений научно-технического прогресса в маркетинговых исследованиях и определение экономической эффективности проведенных исследований;
- Обеспечения взаимосвязи маркетинга с другими научными направлениями;

***В области педагогической деятельности:***

- Передача полученных базовых знаний в образовательных учреждениях;
- Разработка образовательных программ и учебно- методических комплексов по дисциплинам профильной направленности.

***В социальной деятельности:***

- Управление маркетинговой деятельности в целях удовлетворения нужд и потребностей определенных социальных групп общества (в политических, социальных, благотворительных, религиозных и других некоммерческих структурах);
- Разработка принципов корпоративной и социальной ответственности в профессиональной деятельности.

#### **4. Общие требования к условиям реализации ООП**

##### **4.1. Общие требования к правам и обязанностям вуза при реализации ООП.**

**4.1.1.** ВУЗы самостоятельно разрабатывают ООП по направлению подготовки. ООП разрабатывается на основе соответствующего ГОС по направлению подготовки Кыргызской Республики и утверждается Ученым Советом вуза.

Вузы обязаны не реже одного раза в 5 лет обновлять ООП с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы, придерживаясь рекомендаций по обеспечению гарантии качества образования в вузе, заключающихся:

- в разработке стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников;
- в мониторинге, периодическом рецензировании образовательных программ;
- в разработке объективных процедур оценки уровня знаний и умений студентов, компетенций выпускников на основе четких согласованных критериев;
- в обеспечении качества и компетентности преподавательского состава;
- в обеспечении достаточными ресурсами всех реализуемых образовательных программ, контроле эффективности их использования, в том числе путем опроса обучаемых;
- в регулярном проведении самообследования по согласованным критериям для оценки своей деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями;
- в информировании общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

**4.1.2.** Оценка качества подготовки студентов и выпускников должна включать их текущую, промежуточную и итоговую государственную аттестацию. Базы оценочных средств разрабатываются и утверждаются вузом.

Требования к аттестации студентов и выпускников, содержанию, объему и структуре

выпускных квалификационных работ определяются вузом с учетом Положения об итоговой государственной аттестации выпускников вузов.

**4.1.3.** При разработке ООП должны быть определены возможности вуза в формировании социально-личностных компетенций выпускников (например, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельного характера). Вуз обязан сформировать социокультурную среду вуза, создать условия, необходимые для всестороннего развития личности.

Вуз обязан способствовать развитию социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие студентов в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

**4.1.4.** ООП вуза должна содержать дисциплины по выбору студента. Порядок формирования дисциплин по выбору студента устанавливает ученый совет вуза.

**4.1.5.** Вуз обязан обеспечить студентам реальную возможность участвовать в формировании своей программы обучения.

**4.1.6.** Вуз обязан ознакомить студентов с их правами и обязанностями при формировании ООП, разъяснить, что избранные студентами дисциплины становятся для них обязательными, а их суммарная трудоемкость не должна быть меньше, чем это предусмотрено учебным планом.

**4.2.** Общие требования к правам и обязанностям студента при реализации ООП.

**4.2.1.** Студенты имеют право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение учебных дисциплин по выбору студента, предусмотренных ООП, выбирать конкретные дисциплины.

**4.2.2.** При формировании своей индивидуальной образовательной траектории студент имеет право получить консультацию в вузе по выбору дисциплин и их влиянию на будущий профиль подготовки (специализацию).

**4.2.3.** В целях достижения результатов при освоении ООП в части развития СЛК студенты обязаны участвовать в развитии студенческого самоуправления, работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

**4.2.4.** Студенты обязаны выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные ООП вуза.

**4.3.** Максимальный объем учебной нагрузки студента устанавливается, включая все виды его аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы.

Объем аудиторных занятий в неделю при очной форме обучения определяется ГОС с учетом уровня ВПО и специфики направления подготовки и составляет не менее 25% от общего объема, выделенного на изучение каждой учебной дисциплины.

**4.4. При очно-заочной (вечерней) форме обучения** объем аудиторных занятий должен быть не менее 16 часов (академических) в неделю.

**4.5. При заочной форме обучения** студенту должна быть обеспечена возможность занятий с преподавателем в объеме не менее 160 часов в год.

**4.6. Общий объем каникулярного времени** в учебном году должен составлять не менее 7 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период и 4-недельный последипломный отпуск.

## **5. Требования к ООП подготовки магистров**

5.1. Требования к результатам освоения ООП подготовки магистров.

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:

**1) универсальными:**



***а) общенаучными (ОК):***

**ОК-1.** Способен анализировать и решать стратегические задачи, направленные на развитие ценностей гражданского демократического общества, обеспечение социальной справедливости, решение мировоззренческих, социально и лично значимых проблем на основе междисциплинарных и инновационных подходов;

***б) инструментальными (ИК):***

**ИК-1.** Способен вести профессиональные дискуссии на уровне профильных и смежных отраслей на одном из иностранных языков;

**ИК-2.** Способен производить новые знания с использованием информационных технологий и больших данных для применения в инновационной и научной деятельности;

***в) социально-личностными и общекультурными (СЛК)***

**СЛК-1.** Способен организовать деятельность экспертных/ профессиональных групп/ организаций для достижения целей

**2) профессиональными (ПК):**

***а) в области информационно-аналитической деятельности:***

**ПК-1.** Умеет определять цели, объекты и методы маркетинговых исследований; собирать, систематизировать и анализировать необходимую информацию для разработки маркетинговой стратегии;

**ПК-2.** Умеет пользоваться международными нормативами, регулирующих внешнеэкономическую деятельность;

**ПК-3.** Способен использовать теории международного менеджмента в профессиональной деятельности;

**ПК-4.** Владеет системным подходом к исследованию маркетинговых проблем на уровне национальных и международных рынков;

**ПК-5.** Способен изучить международную среду, и разработать маркетинговую стратегию развития экономических субъектов;

***б) организационно-управленческой деятельности:***

**ПК-6.** Владеет особенностями маркетингового управления в приоритетных отраслях национальной экономики;

**ПК-7.** Владеет теорией и практикой международной логистики, умеет использовать знания по логистике в своей профессиональной деятельности;

**ПК-8.** Способен осуществлять товарную политику на внешних рынках, владеет теорией и практикой международного маркетинга;

**ПК-9.** Способен организовать и управлять международной торговой деятельностью;

***в) в деятельности маркетингового аудита:***

**ПК-10.** Способен проводить всесторонний анализ и аудит, давать оценку, выявлять проблемы и разработать маркетинговую стратегию развития экономических субъектов;

**ПК-11.** Способен управлять инновационной деятельностью, разрабатывать и внедрять инновации в профессиональной деятельности;

***г) в информационно-коммуникационной деятельности:***

**ПК-12.** Владеет принципами и средствами международной рекламной деятельности и коммуникации;

**ПК-13.** Способен управлять стратегией бренда компании, отрасли, региона, страны;

**ПК-14.** Владеет методикой разработки плана мероприятий по стимулированию сбыта продукции;

**ПК-15.** Владеет методами и технологией информационного обеспечения управленческих решений на уровне микро-, макро и мезо экономики;

***д) в научно-исследовательской и проектно-конструкторской деятельности:***

**ПК-16.** Владеет научными методами сбора, обработки, анализа, обобщения научно-технической информации, передового отечественного и зарубежного опыта в области экономики и маркетинга;

**ПК-17.** Способен участвовать в реализации коммерческих и некоммерческих, государственных и международных проектов, требующих маркетинговые знания и навыки;

*ж) в педагогической деятельности:*

**ПК-18.** Способен преподавать и осуществлять учебно-методическое обеспечение по дисциплинам маркетинга в образовательных учреждениях;

*з) социальной деятельности:*

**ПК-19.** Владеет принципами корпоративной и социальной ответственностью;

**ПК-20.** Способен управлять маркетинговой деятельностью в целях удовлетворение нужд и потребностей определенных социальных групп общества (в политических, социальных, благотворительных, религиозных и других некоммерческих структурах);

Профиль определяется дополнительными специальными профессиональными компетенциями в количестве не более 5 наименований и определяется вузом самостоятельно. Перечень профилей утверждается УМО.

Перечни дополнительных компетенций определяются на основании национальной рамки квалификаций, отраслевых/секторальных рамок квалификаций и профессиональных стандартов (при наличии).

### **5.2 Требования к структуре ООП подготовки магистров.**

Структура ООП магистров включает следующие блоки:

Блок 1 – «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 – «Практика»;

Блок 3 – «Государственная итоговая аттестация»;

#### **Структура ООП ВПО подготовки магистров по направлению 581000 «Маркетинг»**

<b>Структура ООП подготовки магистров</b>		<b>Объем ООП подготовки магистров и ее блоков в кредитах</b>
<b>Блок 1</b>	Дисциплины (модули)	60-90
<b>Блок 2</b>	Практика	20-40
<b>Блок 3</b>	Государственная итоговая аттестация	10-20
<b>Объем ООП ВПО по подготовке магистров</b>		<b>120</b>

Вуз разрабатывает ООП подготовки магистров в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта и несет ответственность за достижение результатов обучения в соответствии с национальной рамкой квалификаций.

Набор дисциплин (модулей) и их трудоемкость, которые относятся к каждому блоку ООП подготовки магистров, вуз определяет самостоятельно в установленном для блока объеме, с учетом требований к результатам ее освоения в виде совокупности результатов обучения, предусмотренных Национальной рамкой квалификаций КР.

**5.2.1. Блок 2 «Практика»** включает учебную практику (ознакомительная, технологическая, научно-исследовательская работа) и производственную (проектная, эксплуатационная, педагогическая, научно-исследовательская работа) практику.

Вуз вправе выбрать один или несколько типов практики, также может установить дополнительный тип практики в пределах установленных кредитов.

**5.2.2. Блок 3 «Государственная аттестация»** включает подготовку к сдаче и сдачу государственных экзаменов, выполнение и защиту выпускной квалификационной работы (если вуз включил выпускную квалификационную работу в состав итоговой государственной аттестации).

### **5.2.3. В рамках ООП подготовки магистров выделяется обязательная и элективная часть.**

К обязательной части ООП подготовки магистров относятся дисциплины и практики, обеспечивающие формирование общенаучных, универсальных, социально-личностных, общекультурных и профессиональных компетенций, с учетом уровней национальной рамки квалификаций.

Объем обязательной части, без учета объема государственной аттестации, должен составлять не более 50% общего объема ООП подготовки магистров.

В элективной части ООП подготовки магистров студенты могут выбрать дисциплины по соответствующему направлению, также допускается выбор дисциплин из ООП подготовки магистров других направлений.

**5.2.4.** Вуз должен предоставлять лицам с ограниченными возможностями здоровья (по их заявлению) возможность обучения по ООП подготовки магистров, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и, при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

## **5.3. Требования к условиям реализации ООП подготовки магистров.**

### **5.3.1. Кадровое обеспечение учебного процесса.**

Реализация основной образовательной программы подготовки магистров должна обеспечиваться квалифицированными педагогическими кадрами, причем не менее 60% (согласно лицензионным требованиям) преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по направлению магистратуры, должны иметь ученые степени доктора или кандидата наук, (в том числе практики, имеющие опыт работы в профессиональной сфере, а также преподаватели со степенью PhD).

Доля штатных преподавателей к общему числу преподавателей образовательной программы должна составлять не менее 50%.

Общее руководство научным содержанием и образовательной частью магистерской программы должно осуществляться профессором или доктором наук. Один руководитель может осуществлять подобное руководство не более чем двумя магистерскими программами. По решению ученого совета вуза руководство магистерскими программами может осуществляться и кандидатами наук, имеющими ученое звание доцента.

Непосредственное руководство научной работой студентов-магистрантов осуществляется научными руководителями, имеющими ученую степень и (или) ученое звание или опыт руководящей работы в данной области. Один научный руководитель может руководить не более чем 5 студентами-магистрантами (определяется ученым советом вуза).

### **5.3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесс.**

Реализация основных образовательных программ подготовки магистров должна обеспечиваться доступом каждого студента к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ООП.

Для студентов должна быть обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями.

Образовательная программа вуза должна обеспечиваться образовательными информационными ресурсами: видеоуроки, видеопрезентации для дистанционного обучения студентов.

Должен быть обеспечен доступ к электронным ресурсам библиотечного фонда не менее 5 журналов, публикующие результаты научных исследований и новости в соответствующих отраслях (по профилю подготовки).

### **5.3.3. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.**

Вуз, реализующий ООП подготовки магистра, должен располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и

междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом вуза, соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам, или устойчивыми связями с НИИ, предприятиями, предоставляющими базу для обеспечения эффективной научно-практической подготовки магистров.

Минимально необходимый для реализации ООП магистерской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя специально оборудованные кабинеты и аудитории: лаборатории, позволяющие проводить маркетинговые исследования, компьютерные классы, языковые (лингвонные) кабинеты, аудитории с мультимедийными средствами обучения и методические уголки.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с возможностью подключения к сети "Интернет" в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Вуз должен быть обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

#### **5.3.4. Оценка качества подготовки выпускников.**

Оценка качества освоения ООП магистратуры должна включать текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

**5.3.4.1.** Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по каждой дисциплине разрабатываются вузом самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

**5.3.4.2.** Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП магистратуры (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются вузом.

Фонды оценочных средств должны быть полными и адекватными отображениями требований ГОС ВПО по данному направлению подготовки, соответствовать целям и задачам ООП магистратуры и ее учебному плану. Они призваны обеспечивать оценку качества общекультурных и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения модулей, дисциплин, практик должны учитываться все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

При проектировании оценочных средств необходимо предусматривать оценку способности обучающихся к творческой деятельности, их готовности вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов профессионального поведения.

Обучающимся, представителям работодателей должна быть предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

Вузом должны быть созданы условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций магистров к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью, кроме преподавателей конкретной дисциплины, в качестве внешних экспертов должны активно использоваться работодатели (представители заинтересованных предприятий, научно-исследовательских институтов, фирм), преподаватели, читающие смежные дисциплины.

**5.3.4.3.** Итоговая государственная аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ГОС ВПО.

«Государственная аттестация» включает подготовку к сдаче и сдачу государственных экзаменов, выполнение и защиту выпускной квалификационной работы (если вуз включил выпускную квалификационную работу в состав итоговой государственной аттестации).

**5.3.4.4.** Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы определяются высшим учебным заведением.

Выпускная квалификационная работа в соответствии с ООП магистратуры выполняется в виде магистерской диссертации в период прохождения практики и выполнения научно-исследовательской работы и представляет собой самостоятельную и логически завершённую выпускную квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистр (научно-исследовательской, научно-педагогической, проектной, опытной, опытно-конструкторской, технологической, исполнительской, творческой).

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть направлена на решение профессиональных задач.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

**5.3.4.5.** Программа государственного экзамена разрабатывается вузами самостоятельно. Для объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции.

Настоящий Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению **581000 «Маркетинг»** разработан Учебно-методическим объединением по образованию в области экономики при базовом вузе – Кыргызском экономическом университете им. М. Рыскулбекова.

**Председатель УМО \_\_\_\_\_ д.э.н., профессор Токсобаева Б.А.**

**Составители:**

1. Керимкулова Меримкуль Кадыровна руководитель секции УМО; к.э.н., доцент, декан Факультета управления и бизнеса КНУ им. Ж.Баласагына
2. Исмаилова Наргиза Ризвановна - к.э.н., доцент заведующая кафедрой «Маркетинг, коммерция и логистика» Факультета управления и бизнеса КНУ им. Ж.Баласагына
3. Асанакунуова Рахат Кемеловна – преподаватель кафедры «Маркетинг, коммерция и логистика» факультета управления и бизнеса КНУ им. Ж. Баласагына
4. Кожоголова Венера Советовна - к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит» КНАУ им. К.И. Скрябина

5. Нукуева Медина Анарбековна - к.э.н., доцент кафедры Менеджмента АГУП КР
6. Таалайбек уулу Тариэль - к.э.н., заведующий кафедрой "Экономика предприятия и управление бизнесом" ОшГУ;
7. Арымбаев Алтынбек Джурсунбекович - преподаватель кафедры "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" ИГУ им. К.Тыныстанова;
8. Нурдинов Толобек - Член бизнес ассоциации «ЖИА» (жашишкерлерассоциациясы), основатель и креативный директор «Chayandesign»
9. Сабитакунуова Жамила Сабитакунуовна - Член Совета Ассоциации поставщиков (производителей и дистрибьюторов) КР, генеральный директор ЧП, Торговых марок: «Чебурашка» и «Nатуро»