

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ КӨЛІКТІК-ГУМАНИТАРЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

«Бизнес және басқару» кафедрасы

АҚПАРАТТЫҚ ХАТ

«Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша студенттердің ғылыми-зерттеу жұмыстарының халықаралық байқауын өткізу туралы

Құрметті студенттер!

Халықаралық көліктік-гуманитарлық университетінің «Бизнес және басқару» кафедрасы Қырғызстан Халықаралық университетімен бірлесіп, шетелдік және отандық жоғары оқу орындарының студенттерін студенттердің ғылыми-зерттеу жұмыстарының халықаралық байқауына қатысуға шақырады.

Байқау тақырыбы

«Деректер экономикасы жағдайында маркетингтік стратегиялардың трансформациясы: бизнестің бәсекелік артықшылықтарын қамтамасыз етудегі жасанды интеллекттің рөлі»

Байқаудың мақсаты - Студенттердің ғылыми-зерттеу белсенділігін ынталандыру, маркетингтік коммуникациялар саласындағы креативті және аналитикалық ойлауды дамыту, сондай-ақ жоғары бәсекелі цифрлық ортада бренд құндылығын қалыптастыру және ілгерілету бойынша инновациялық жобаларды қолдау.

Байқауға халықаралық академиялық қауымдастықтың өкілдері шақырылады: «Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша білім алатын бакалавриаттың 2–4 курс студенттері.

Ғылыми-зерттеу жұмысы жеке немесе халықаралық ғылыми топ құрамында (2 адамға дейін) ғылыми жетекшінің жетекшілігімен орындалуы мүмкін.

Байқау халықаралық қашықтықтан өткізілетін ғылыми форум мәртебесіне ие, бұл әлемнің кез келген нүктесінен қатысуға мүмкіндік береді.

Жұмыс тілдері: қазақ тілі, қырғыз тілі, орыс тілі, ағылшын тілі

Өткізу форматы: қашықтықтан (онлайн платформа арқылы).

Байқау кезеңдері

I кезең – ғылыми-зерттеу жұмысын әзірлеу және дайындау.

II кезең – құжаттарды халықаралық ұйымдастыру комитетіне ұсыну және сараптамалық комиссияның жұмысы.

Жұмыстарды қабылдау мерзімі: 2026 жылғы 20 сәуірге дейін (қоса алғанда).

Осы білім беру бағдарламасы бойынша негізгі бағыттар:

- Digital-маркетинг және SMM: әлеуметтік желілерде ілгерілету стратегиялары және инфлюенсерлермен жұмыс.

- Маркетингтік аналитика және Big Data: аудиторияны сегменттеу және сұранысты болжау үшін Python және SQL қолдану.

- Брендинг және нейромаркетинг: визуалдық идентификацияны қалыптастыру және тұтынушылардың санадан тыс реакцияларын зерттеу.

- Электрондық коммерциядағы маркетинг (E-commerce): маркетплейстерде сатылым воронкасын және тұтынушы жолын (Customer Journey) оңтайландыру.

- Жасыл маркетинг және әлеуметтік жауапкершілік (ESG): тұрақты даму құндылықтарының брендке деген адалдыққа әсері.

- Цифрлық ортадағы Event-маркетинг және PR: репутацияны басқару және вирустық контент құру.

- Байқауға қатысу үшін келесі құжаттарды ұсыну қажет:
- Қатысуға өтінім (1-қосымша)
- Ғылыми жетекшінің қолы қойылған пікірі (2-қосымша)
- Электрондық форматтағы ғылыми жұмыс
- қаріп: Times New Roman
- өлшемі: 12 pt
- жоларалық интервал: 1
- көлемі: 30 беттен аспауы тиіс
- Жоба презентациясы (Microsoft PowerPoint)

Барлық жұмыстар плагиатқа міндетті түрде тексеріледі.

Мәтіннің бірегейлігі кемінде 70% болуы тиіс.

Жеңімпаздар бакалавриат студенттері арасында анықталады.

Үздік жұмыстар:

I дәрежелі диплом

II дәрежелі диплом

III дәрежелі диплом

арқылы марапатталады және жариялауға ұсынылуы мүмкін.

Ұйымдастыру комитеті: Оразымбетова А.Ж.; Кабылбаева Л.С.; Абланова-Муслимова З.Т.,
А.Т. Мылтыкбаева.

Ұйымдастыру комитетінің байланыс ақпараты: 050063 Қазақстан Республикасы, Алматы қаласы, Жетісу-1 ықшам ауданы, 32а, №2 корпус, «Бизнес және басқару» кафедрасы, 510 кабинет

E-mail: marketing-bakalavr@mtgu.edu.kz

Хат тақырыбы: «НИРС 2026 байқауы – БББ шифры»

«Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша жауапты координатор (бакалавриат)

Избуллаева Гульрайруза Мухпуловна

☎ Телефон / WhatsApp +7 747 726 20 08

Ұйымдастыру комитеті сіздерге табысты ғылыми зерттеулер мен жоғары ғылыми жетістіктер тілейді!



ЕРЕЖЕ

«Деректер экономикасы жағдайында маркетингтік стратегияларды трансформациялау: бизнестің бәсекелестік артықшылықтарын қамтамасыз етудегі жасанды интеллекттің рөлі» тақырыбындағы халықаралық ғылыми-зерттеу жұмыстары байқауы туралы

1. ЖАЛПЫ ЕРЕЖЕЛЕР

1.1 Осы Ереже «Деректер экономикасы жағдайында маркетингтік стратегияларды трансформациялау: бизнестің бәсекелестік артықшылықтарын қамтамасыз етудегі жасанды интеллекттің рөлі» тақырыбы бойынша халықаралық ғылыми-зерттеу жұмыстары байқауын ұйымдастыру және өткізу тәртібін айқындайды.

1.2 Байқауды өткізу тәртібі Қырғызстан Халықаралық университеті, Халықаралық көліктік-гуманитарлық университетінің «Бизнес және басқару» кафедрасы болып табылатын Ұйымдастыру комитетімен белгіленеді және реттеледі.

1.3 Байқауды әдістемелік, ұйымдастырушылық және ақпараттық қамтамасыз етуді Ұйымдастыру комитетінің жұмыс тобы жүзеге асырады.

2. БАЙҚАУДЫҢ ПӘНІ, МАҚСАТЫ ЖӘНЕ МІНДЕТТЕРІ

2.1 Байқаудың пәні – студенттердің ғылыми-зерттеу жұмысы. Жұмыс тілдері: қазақ тілі, қырғыз тілі, орыс тілі, ағылшын тілі.

2.2 Байқаудың мақсаты – студенттердің ғылыми-зерттеу белсенділігін ынталандыру, маркетингтік коммуникациялар саласында креативті және аналитикалық ойлауды дамыту, сондай-ақ жоғары бәсекелі цифрлық ортада бренд құндылығын құру және ілгерілетуге бағытталған инновациялық жобаларды қолдау.

2.3 Байқаудың мақсаты төмендегі міндеттерге қол жеткізуді көздейді:

- қолданбалы бизнес міндеттерін шешу үшін цифрлық маркетинг құралдарын (SEO, таргетинг, контент-талдау) меңгеру;
- жарнамалық нақандардың тиімділігін бағалау үшін аналитикалық платформалармен (Google Analytics, Яндекс.Метрика, Power BI) жұмыс істеу дағдыларын дамыту;
- өнімдерді ішкі және халықаралық нарықтарда позициялаудың авторлық тұжырымдамаларын апробациялау;
- жалпы цифрландыру жағдайында маркетингтің этикалық аспектілерін және тұтынушылар деректерін қорғау мәселелерін зерделеу;
- инвесторлар мен тапсырыс берушілер алдында маркетингтік стратегияларды табысты қорғау үшін презентация жасау және сторителлинг дағдыларын қалыптастыру.

3. БАЙҚАУҒА ҚАТЫСУШЫЛАР

3.1 Байқауға «Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша білім алатын 2–4 курс студенттері қатыса алады.

3.2 Студенттер ғылыми-зерттеу жұмысын 2 адамға дейінгі команда құрамында жетекші профильдік кафедраның аға оқытушысы, доценті немесе профессорының ғылыми жетекшілігімен дайындайды.

3.3 Үміткерлерді ұсыну тәртібін жоғары оқу орындары дербес белгілейді.

4. БАЙҚАУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЖӘНЕ ӨТКІЗУ ТӘРТІБІ

4.1 Ғылыми байқау жыл сайын (жылына бір рет) өткізіледі.

4.2 Байқау қашықтықтан екі кезеңде өткізіледі:

I кезең – ғылыми-зерттеу жұмысын әзірлеу және дайындау;

II кезең – конкурс құжаттарын ұйымдастыру комитетіне ұсыну және конкурстық комиссияның жұмысы
(мерзімі: 2026 жылғы 20 сәуірге дейін (қоса алғанда)).

4.3 Жеңімпаздарды анықтаудың объективтілігін қамтамасыз ету үшін ұйымдастыру комитеті профильдік кафедраның жетекші оқытушылары қатарынан қазылар алқасын құрады. Қазылар алқасы жобаларды бағалау критерийлерін балдық-рейтингтік жүйе негізінде әзірлейді.

4.4 Қатысушыға конкурс құжаттамасын қабылдаудан келесі жағдайларда бас тартылуы мүмкін:

- құжаттардың кеш ұсынылуы;
- конкурс құжаттамасының мазмұны мен рәсімделу талаптарына сәйкес келмеуі;
- плагиат жүйесінде тексеру нәтижесінде академиялық адалдықтың бұзылуы және мәтіндегі бірегейлік деңгейінің 70%-дан төмен болуы;
- қатысушының тиісті жоғары оқу орнының 2–4 курс студенті екендігін растайтын анықтаманың болмауы.

5. ҚОРЫТЫНДЫЛАРДЫ ШЫҒАРУ

5.1 Байқау нәтижелері бойынша келесі орындар белгіленеді:

I орын – бір команда;

II орын – үш команда;

III орын – төрт команда.

5.2 Қатысушыларға сертификаттар беріледі. Үздік жұмыстар жарияланымға және кейінгі ғылыми іс-шараларға қатысуға ұсынылуы мүмкін.

5.3 Жеңімпаздар мен номинация иегерлері Халықаралық көліктік-гуманитарлық университетінің Ректоры қол қойған дипломдармен және грамоталармен марапатталады.

6. КОНКУРС ҚҰЖАТТАМАСЫН ҰСЫНУ ТӘРТІБІ

6.1 Ұйымдастыру комитетіне төмендегі құжаттар ұсынылады:

- байқауға қатысуға өтінім (1-қосымша);
- жеке куәлік/паспорт көшірмесі;
- әр қатысушының оқу орнынан анықтама;
- ғылыми жетекшінің пікірі (қолтаңбасы міндетті) (2-қосымша);
- талаптарға сәйкес рәсімделген команданың ғылыми жұмысы (электрондық нұсқада);
- ғылыми жұмыстың Microsoft PowerPoint бағдарламасында әзірленген компьютерлік презентациясы.

6.2 Ғылыми жобаның тақырыбы байқау бағыттарына сәйкес болуы тиіс.

6.3 Ғылыми жобаны рәсімдеу талаптары:

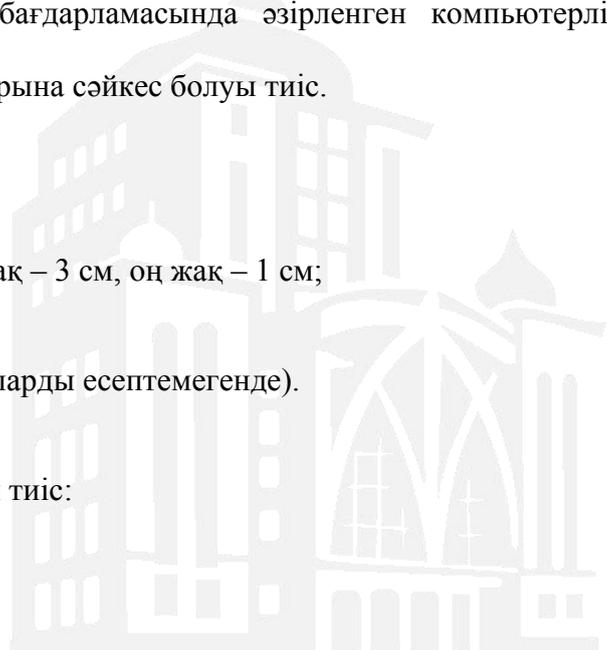
- қаріп – Times New Roman;
- жоларалық интервал – 1;
- қаріп өлшемі – 12 pt;
- жиектер: жоғарғы – 2 см, төменгі – 2 см, сол жақ – 3 см, оң жақ – 1 см;
- абзац шегінісі – 1,25 см;
- парақ форматы – А4.

Жұмыс көлемі 30 беттен аспауға тиіс (қосымшаларды есептемегенде).

Файл атауы: Тегі_Аты_ҒЗЖ

6.4 Ғылыми жұмыстың құрылымы

Ғылыми жұмыста төмендегі бөлімдер қамтылуы тиіс:



- титулдық бет (ЖОО атауы, жоба атауы, орындаушылар, ғылыми жетекші, қала, жыл) (3-қосымша);
- мазмұны;
- үш тілдегі аннотация (тақырыптың өзектілігі; зерттеу объектісі мен пәні; мақсаттары мен міндеттері; әдістер; негізгі нәтижелер – ғылыми және практикалық жаңалық);
- кіріспе;
- негізгі бөлімдер;
- қорытынды;
- пайдаланылған әдебиеттер тізімі;
- қосымша.

6.5 Құжаттарды ұсыну мекенжайы: 050063, Қазақстан Республикасы, Алматы қ., Жетісу-1 ықшам ауданы, 32а, «Бизнес және басқару» кафедрасы, №2 корпус, 5-қабат, 510-кабинет.

E-mail: marketing-bakalavr@mtgu.edu.kz (хат тақырыбы: «ҒЗЖ байқауы 2026 БББ шифры»)

Байланыс телефоны: Избуллаева Г.М. (WhatsApp) +7 747 726 20 08



Байқауға қатысуға өтінім нысаны

ӨТІНІМ

«Деректер экономикасы жағдайында маркетингтік стратегиялардың трансформациясы: бизнестің бәсекелік артықшылықтарын қамтамасыз етудегі жасанды интеллекттің рөлі» тақырыбындағы халықаралық ғылыми-зерттеу жұмыстары байқауына қатысуға

Мен (Біз), төменде қол қоюшы(-лар), «Деректер экономикасы жағдайында маркетингтік стратегиялардың трансформациясы: бизнестің бәсекелік артықшылықтарын қамтамасыз етудегі жасанды интеллекттің рөлі» тақырыбындағы халықаралық ғылыми-зерттеу жұмыстары байқауы туралы Ережемен танысып, мені (бізді) байқауға қатысуға жіберуіңізді сұраймын (сұраймыз).

Өзім (өзіміз) туралы төмендегіні хабарлаймын (хабарлаймыз):

1	Ғылыми жұмыстың атауы	
2	Ел	
3	Жұмыс авторы туралы мәліметтер (тегі, аты, әкесінің аты)	
4	Автор білім алатын оқу орнының атауы	
5	Білім беру бағдарламасы / мамандығы, курс	
6	Автордың байланыс телефоны	
	<i>Егер ғылыми жұмыс бірнеше авторлармен орындалса, 3–6 тармақтар бойынша басқа авторлар туралы мәліметтер қосымша көрсетіледі</i>	
7	Ғылыми жетекші туралы мәліметтер (тегі, аты, әкесінің аты)	
8	Ғылыми дәрежесі мен атағы (болған жағдайда), лауазымы	
9	Жұмыстың сипаттамасы – жұмыстың көлемі	
10	Қосымшалар саны	
11	Суреттер саны	
12	Кестелер саны	
13	Пайдаланылған әдебиеттер саны	
14	Зерттеудің сипаттамасы – зерттеудің мақсаты	
15	Зерттеу әдістері	
16	Қатысушының байланыс ақпараты (Т.А.Ә.)	
17	Телефон	
18	E-mail	
19	Өтінімді толтырған күні	

Ғылыми жетекшінің пікірі

**ПІКІР
(студенттің (тердің) аты-жөні)
орындаған**

« _____ »
(жұмыс тақырыбы)

**(топ нөмірі) тобының,
(білім беру бағдарламасының шифры, атауы)
білім беру бағдарламасы студент(тер)інің ғылыми жұмысына**

Мәтін... мәтін... мәтін...

**Ғылыми жетекші:
(аты-жөні)**



Ғылыми жұмыстың титулдық парағының нысаны

Қазақстан республикасы ғылым және жоғары білім министрлігі
Халықаралық көліктік-гуманитарлық университеті
«Бизнес және басқару» кафедрасы
Білім беру бағдарламасы: _____
(шифры, атауы)

ҒЫЛЫМИ ЖҰМЫС

« _____ »
жұмыстың атауы

Авторлар:

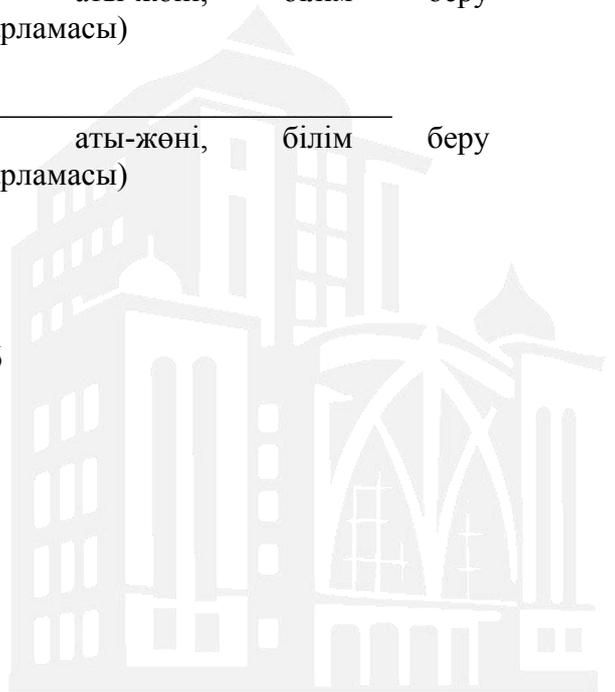
(Тегі, аты-жөні, білім беру
бағдарламасы)

(Тегі, аты-жөні, білім беру
бағдарламасы)

Научный руководитель

(Тегі, аты-жөні, білім беру
бағдарламасы)

Алматы 2026





Академический консорциум
**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
КЫРГЫЗСТАНА**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТРАНСПОРТНО-ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ кафедра «Бизнес и управление»

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО О ПРОВЕДЕНИИ КОНКУРСА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ СТУДЕНТОВ (НИРС) ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ «МАРКЕТИНГ»

Уважаемые студенты!

Кафедра «Бизнес и управление» Международного транспортно-гуманитарного университета совместно с Международным университетом Кыргызстана приглашает студентов зарубежных и отечественных вузов принять участие в Международном конкурсе научно-исследовательских работ.

Тема конкурса: «Трансформация маркетинговых стратегий в условиях экономики данных: роль искусственного интеллекта в обеспечении конкурентных преимуществ бизнеса».

Цель конкурса: стимулирование научно-исследовательской активности студентов, развитие креативного и аналитического мышления в области маркетинговых коммуникаций, а также поддержка инновационных проектов по созданию и продвижению ценности брендов в высококонкурентной цифровой среде.

Участники конкурса

К участию приглашаются представители международного академического сообщества:

- Студенты бакалавриата (2–4 курсы), обучающиеся ОП «Маркетинг».

Исследовательская работа может выполняться как индивидуально, так и в составе международных коллабораций (команды до 2-х человек) под руководством научного руководителя.

Формат и сроки проведения

Конкурс имеет статус международного дистанционного форума, что позволяет участвовать исследователям из любой точки мира без необходимости личного присутствия.

Рабочие языки: Казахский, кыргызский, русский, английский (English).

Формат проведения: Дистанционный (онлайн-платформа).

Этапы конкурса:

I этап: Разработка и подготовка научно-исследовательской работы.

II этап: Предоставление документации в международный организационный комитет и работа экспертной комиссии.

Срок сдачи работ: до 20 апреля 2026 года включительно.

Основные направления конкурса для данной ОП:

- Digital-маркетинг и SMM: стратегии продвижения в социальных медиа и работа с инфлюенсерами.

- Маркетинговая аналитика и Big Data: использование Python и SQL для сегментации аудитории и прогнозирования спроса.

- Брендинг и нейромаркетинг: создание визуальной идентичности и исследование подсознательных реакций потребителей.

- Маркетинг в электронной коммерции (E-commerce): оптимизация воронки продаж и пользовательского пути (Customer Journey) на маркетплейсах.

- Зеленый маркетинг и социальная ответственность (ESG): как ценности устойчивого развития влияют на лояльность к бренду.

- Event-маркетинг и PR в цифровой среде: управление репутацией и создание вирального контента.

Требования к оформлению и подаче работ

Для участия необходимо предоставить следующий пакет документов:

1. Заявка на участие (Приложение 1).
2. Отзыв научного руководителя с подписью (Приложение 2).
3. Научная работа в электронном формате (Шрифт Times New Roman, 12 pt, одинарный интервал, объем не более 30 страниц).
4. Презентация проекта (Microsoft PowerPoint).

Важно: Все работы проходят обязательную проверку на плагиат. Уровень оригинальности текста должен составлять не менее 70%.

Подведение итогов

Победители определяются отдельно среди студентов бакалавриата. Лучшие работы будут отмечены дипломами I, II и III степени, а также рекомендованы к публикации.

Организационный комитет: Оразымбетова А.Ж.; Кабылбаева Л.С.; Абланова-Муслимова З.Т., А.Т. Мылтыкбаева.

Контактная информация оргкомитета: 050063 Республика Казахстан, г. Алматы, мкрн. Жетысу-1, д. 32а, корпус №2, кафедра «Бизнес и управление», кабинет 510.

Ответственный координатор по ОП Маркетинг (бакалавриат): Избуллаева Гульрайсуз Мухпуловна.

Телефон/WhatsApp: +7/747/ 726 20 08,

E-mail для отправки работ: marketing-bakalavr@mtgu.edu.kz

(В теме письма обязательно указать: *Конкурс НИРС 2026 - [Шифр ОП]*)

Организационный комитет желает вам успехов и высоких научных достижений!



ПОЛОЖЕНИЕ

о международном конкурсе научно-исследовательских работ на тему:
«Трансформация маркетинговых стратегий в условиях экономики данных: роль искусственного интеллекта в обеспечении конкурентных преимуществ бизнеса»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Настоящее Положение определяет общий порядок организации и проведения Международного конкурса научно-исследовательских работ по теме: *«Трансформация маркетинговых стратегий в условиях экономики данных: роль искусственного интеллекта в обеспечении конкурентных преимуществ бизнеса»*;

1.2 Порядок проведения конкурса устанавливается и регламентируется Организационным комитетом – кафедра «Бизнес и управление» Международный транспортно-гуманитарный университет; Международный университет Кыргызстана

1.3 Общее методическое, организационное и информационное обеспечение конкурса, осуществляется Рабочей группой Организационного комитета.

2. ПРЕДМЕТ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

2.1 Предметом конкурса выступает – научно-исследовательская работа студентов. Рабочие языки: Казахский, кыргызский, русский, английский;

2.2 Целью конкурса является стимулирование научно-исследовательской активности студентов, развитие креативного и аналитического мышления в области маркетинговых коммуникаций, а также поддержка инновационных проектов по созданию и продвижению ценности брендов в высококонкурентной цифровой среде;

2.3 Цель конкурса, предполагает достижение следующих задач:

- Освоение инструментов цифрового маркетинга (SEO, таргетинг, контент-анализ) для решения прикладных бизнес-задач;
- Развитие навыков работы с аналитическими платформами (Google Analytics, Яндекс.Метрика, Power BI) для оценки эффективности рекламных кампаний;
- Апробация авторских концепций позиционирования продуктов на внутреннем и международном рынках;
- Изучение этических аспектов маркетинга и защиты данных потребителей в условиях тотальной цифровизации;
- Формирование навыков презентации и сторителлинга для успешной защиты маркетинговых стратегий перед инвесторами и заказчиками.

3. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

3.1 К участию в конкурсе допускаются студенты высших учебных заведений, обучающиеся по образовательной программе «Маркетинг» 2-4 курсов;

3.2 Студенты готовят научно-исследовательскую работу в составе команды с численностью до 2-х человек под руководством старшего преподавателя, доцента, профессора ведущей профилирующей кафедры;

3.3 Право на выдвижение кандидатур устанавливается вузами самостоятельно.

4. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

4.1 Научный конкурс проводится ежегодно (один раз в год);

4.2 Конкурс проводится дистанционно в два этапа:

- первый этап – разработка, подготовка научно-исследовательской работы;

– второй этап – предоставление конкурсной документации в организационный комитет, работа конкурсной комиссии (сроки до 20 апреля 2026 года включительно);

4.3 В целях достижения максимальной объективности выбора победителей конкурса оргкомитетом формируется жюри из числа ведущих преподавателей профилирующей кафедры. Жюри разрабатывает систему критериев оценки проектов на основе балльно-рейтинговой системы;

4.4 Участникам конкурса может быть отказано в приеме конкурсной документации в случае:

- несвоевременного представления документов;
- несоответствия конкурсной документации требованиям по содержанию и оформлению;
- выявление заимствований и нарушений академической добросовестности по результатам проверки в системе антиплагиата (уровень оригинальности текста должен составлять не менее 70%);

– отсутствие справки, подтверждающей статус участника как студента 2-4 курсов соответствующего высшего учебного заведения.

5. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

5.1 По результатам конкурса будут подведены итоги по следующим направлениям:

- «1-место» – одна команда;
- «2-место» – три команды;
- «3-место» – четыре команды.

5.2 Участникам выдаются **сертификаты**, лучшие работы могут быть рекомендованы к публикации и участию в последующих научных мероприятиях;

5.3 Победители и обладатели номинаций получают дипломы и грамоты за подписью Ректора Международного транспортно-гуманитарного университета.

6. ПОРЯДОК ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КОНКУРСНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

6.1 В организационный комитет предоставляется конкурсная документация, охватывающая перечень следующих документов:

- заявка на участие в конкурсе (Приложение 1);
- копия удостоверения личности/паспорт.
- справка с места учебы каждого участника;
- отзыв научного руководителя (отзыв должен быть подписан собственноручно научным руководителем) (Приложение 2);
- научная работа команды, оформленная в соответствии с требованиями на электронном носителе;
- компьютерная презентация научной работы, оформленная с использованием программы Microsoft Power Point.

6.2 Тематика научного проекта должна соответствовать направлениям;

6.3 Требования к оформлению научного проекта:

- Шрифт текста Times New Roman;
- межстрочный интервал -1;
- размер символа – 12 pt,
- размеры полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см;
- отступ абзаца – 1,25 см;
- формат листа – А4.

«Общие требования к текстовым документам». Объем работы не должен превышать 30 страниц (без учета приложений).

Оформленный файл должен быть подписан в формате: **Фамилия_Имя_НИРС**

6.4 В научной работе должны быть отражены следующие разделы:

- титульный лист (наименование вуза, наименование проекта, исполнители проекта, научный руководитель, город, год) (Приложение 3);
- содержание;
- аннотация на трех языках (актуальность темы; объект и предмет исследования; цели и задачи научной работы; методы проведенных исследований; основные результаты научного исследования – научная и практическая новизна);
- введение;
- основные разделы;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложение.

6.4 Конкурсная документация предоставляется по адресу: 050063, Республика Казахстан, г.Алматы, мкрн. Жетысу-1, д. 32а, кафедра «Бизнес и управление», корпус №2, 5 этаж, кабинет 510.

E-mail: marketing-bakalavr@mtgu.edu.kz

(тема письма: *Конкурс НИРС 2026 Шифр ОП*)

Контактные телефоны: Избуллаева Г.М. (whatsapp) +7/747/ 726 20 08



Приложение 1 (обязательное)

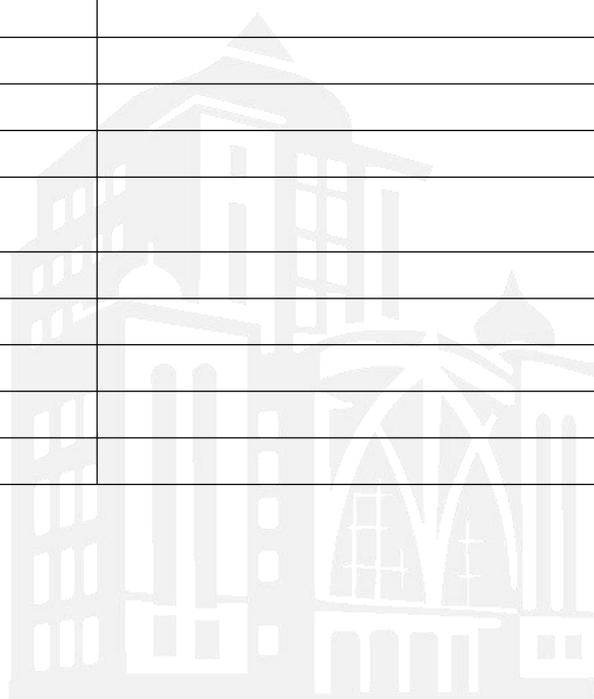
Форма заявки на участие в конкурсе

ЗАЯВКА

**на участие в международном конкурсе научно-исследовательских работ на тему:
«Трансформация маркетинговых стратегий в условиях экономики данных: роль
искусственного интеллекта в обеспечении конкурентных преимуществ бизнеса»**

Я (Мы), нижеподписавшийся(-ея), ознакомившийся(-ея) с Положением о международном конкурсе научно-исследовательских работ на тему: «Трансформация маркетинговых стратегий в условиях экономики данных: роль искусственного интеллекта в обеспечении конкурентных преимуществ бизнеса» прошу (просим) допустить меня (нас) до участия в конкурсе. О себе сообщаю(-ем) следующее:

1	Название научной работы	
2	Страна	
3	Сведения об авторе работы (фамилия, имя, отчество)	
4	Название учебного заведения, в котором учится автор	
5	Образовательная программа /специальность, курс	
6	Контактный телефон автора работы	
	<i>Если научная работа выполнена несколькими авторами, то дополнительно приводятся сведения и о других авторах по пп.3-6</i>	
	...	
7	Сведения о научном руководителе (Фамилия, имя, отчество)	
8	- ученая степень и звание (при наличии), должность	
9	Характеристики работы Объем работы	
10	Количество приложений	
11	Количество рисунков	
12	Количество таблиц	
13	Количество источников литературы	
14	Характеристика исследования Цель исследования	
15	Методы исследования	
16	Контактная информация участника (ФИО)	
17	Телефон	
18	E-mail:	
19	Дата заполнения заявки	



Отзыв научного руководителя

ОТЗЫВ

**на научную работу (ФИО студента(ов)) на тему: «Название темы» студента(ов)
образовательной программы (шифр, название)**

Текст... текст... текст...

Научный руководитель

ФИО научного руководителя



Форма титульного листа научной работы

Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан
Международный транспортно-гуманитарный университет
Кафедра «Бизнес и управление»
Образовательная программа (*шифр, название*)

НАУЧНАЯ РАБОТА

« _____ »
название

Авторы:

(ФИО, Название ОП)

(ФИО, Название ОП)

Научный руководитель

(ФИО, Название ОП)

Алматы 2026

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TRANSPORT AND HUMANITIES
Department of Business and Management
INFORMATION LETTER
on the International Student Research Paper Competition (SRW)
for the Educational Program “Marketing”

Dear Students,

The Department of Business and Management of the International University of Transport and Humanities, in cooperation with the International University of Kyrgyzstan, invites students from domestic and international universities to participate in the International Student Research Paper Competition (SRPC).

Competition Topic “Transformation of Marketing Strategies in the Data Economy: The Role of Artificial Intelligence in Achieving Competitive Business Advantages.”

Purpose of the Competition: The competition aims to stimulate students’ research activity, develop creative and analytical thinking in the field of marketing communications, and support innovative projects focused on creating and promoting brand value in a highly competitive digital environment.

The competition is open to representatives of the international academic community: Undergraduate students (2nd–4th year) enrolled in the Marketing educational program.

Research papers may be prepared:

- individually;
- or in teams of up to two participants, including international collaborative teams, under the supervision of an academic advisor.

The competition is organized as an international online academic forum, allowing researchers to participate from anywhere in the world without the need for physical attendance.

Working languages: Kazakh, Kyrgyz, Russian, English

Competition Stages:

Stage I – Preparation and development of the research paper.

Stage II – Submission of competition documentation to the international organizing committee and evaluation by the expert commission.

Submission deadline: April 20, 2026 (inclusive)

Main Competition Areas:

- Digital Marketing and SMM: strategies for promotion in social media and influencer marketing.
- Marketing Analytics and Big Data: use of Python and SQL for audience segmentation and demand forecasting.
- Branding and Neuromarketing: development of visual identity and analysis of consumers’ subconscious responses.
- E-commerce Marketing: optimization of sales funnels and customer journey management on digital marketplaces.
- Green Marketing and Corporate Social Responsibility (ESG): the influence of sustainable development values on brand loyalty.
- Event Marketing and PR in the Digital Environment: reputation management and creation of viral content.

To participate in the competition, applicants must submit the following documents:

- Application form (Appendix 1)
- Academic supervisor’s review with signature (Appendix 2)

- Research paper in electronic format
- Font: Times New Roman
- Size: 12 pt
- Line spacing: single
- Maximum length: 30 pages
- Project presentation (Microsoft PowerPoint)

All submitted papers will undergo plagiarism screening. The minimum originality level must be at least 70%.

Winners will be determined among undergraduate students.

The best research papers will be awarded:

- First Prize Diploma
- Second Prize Diploma
- Third Prize Diploma

Outstanding papers may also be recommended for publication.

Organizing Committee: A.Zh. Orazymbetova; L.S. Kabylbaeva; Z.T. Ablanova-Muslimova, A.T. Myltykbayeva.

Contact Information: International University of Transport and Humanities , Department of Business and Management, 32a Zhetysu-1 Microdistrict, Building 2, Office 510, Almaty 050063, Republic of Kazakhstan

Submission email: marketing-bakalavr@mtgu.edu.kz

Email subject line: SRW Competition 2026 – [Educational Program Code]

Responsible Coordinator for the Marketing Program (Bachelor's level): Gulfairuza Izbullaeva

Phone / WhatsApp: +7 747 726 20 08

The Organizing Committee wishes you success and outstanding academic achievements!

REGULATIONS

of the International Student Research Paper Competition on the topic: “Transformation of Marketing Strategies in the Data Economy: The Role of Artificial Intelligence in Ensuring Competitive Advantages for Businesses.”

1. GENERAL PROVISIONS

1.1 These Regulations define the general procedure for organizing and conducting the International Student Research Paper Competition on the topic:

“Transformation of Marketing Strategies in the Data Economy: The Role of Artificial Intelligence in Ensuring Competitive Advantages for Businesses.”

1.2 The procedure for conducting the competition is established and regulated by the Organizing Committee of the Department of Business and Management of the International University of Transport and Humanities ; International University of Kyrgyzstan.

1.3 Overall methodological, organizational, and informational support of the competition is provided by the Working Group of the Organizing Committee.

2. SUBJECT, PURPOSE, AND OBJECTIVES

2.1 The subject of the competition is student research papers.

Working languages: Kazakh, Kyrgyz, Russian, English.

2.2 The purpose of the competition is to stimulate students’ research activity, develop creative and analytical thinking in the field of marketing communications, and support innovative projects aimed at creating and promoting brand value in a highly competitive digital environment.

2.3 The objectives of the competition include:

- mastering digital marketing tools such as SEO, targeted advertising, and content analysis to address applied business challenges;

- developing skills in working with analytical platforms (Google Analytics, Yandex Metrica, Power BI) for evaluating the effectiveness of advertising campaigns;

- testing innovative concepts for product positioning in domestic and international markets;

- studying the ethical aspects of marketing and consumer data protection in the context of global digitalization;

- developing presentation and storytelling skills for effectively defending marketing strategies before investors and clients.

3. PARTICIPANTS

3.1 Undergraduate students of higher education institutions enrolled in the Marketing educational program (2nd–4th year) are eligible to participate in the competition.

3.2 Students prepare their research papers individually or in teams of up to two participants under the supervision of an academic advisor (senior lecturer, associate professor, or professor of the relevant department).

3.3 The nomination of participants is determined independently by each university.

4. ORGANIZATION AND PROCEDURE OF THE COMPETITION

4.1 The research competition is held annually (once a year).

4.2 The competition is conducted remotely in two stages:

- Stage I – development and preparation of the research paper;

- Stage II – submission of competition documentation to the organizing committee and evaluation by the competition commission (deadline: April 20, 2026).

4.3 To ensure maximum objectivity in selecting the winners, the organizing committee forms a jury consisting of leading academic staff members of the relevant department.

The jury develops evaluation criteria based on a score-rating system.

4.4 Participants may be denied admission to the competition if:

- documents are submitted after the deadline;
- submitted materials do not comply with the content and formatting requirements;
- plagiarism or violations of academic integrity are detected during the plagiarism check (the originality level must be at least 70%);
- the participant fails to provide a certificate confirming their student status in the 2nd–4th year of the respective university.

5. RESULTS AND AWARDS

5.1 Based on the results of the competition, the following awards will be granted:

- First Place – one team;
- Second Place – three teams;
- Third Place – four teams.

5.2 All participants will receive certificates of participation, and the best research papers may be recommended for publication and participation in subsequent academic events.

5.3 Winners and prize holders will receive diplomas and certificates signed by the Rector of the International University of Transport and Humanities .

6. PROCEDURE FOR SUBMISSION OF COMPETITION DOCUMENTATION

6.1 The following documents must be submitted to the organizing committee:

- application for participation in the competition (Appendix 1);
- copy of identity document / passport;
- certificate confirming student status from the university of each participant;
- academic supervisor's review (signed by the supervisor) (Appendix 2);
- research paper prepared in accordance with the requirements in electronic format;
- project presentation prepared using Microsoft PowerPoint.

6.2 The topic of the research project must correspond to the competition themes.

6.3 Formatting requirements for the research paper:

- Font: Times New Roman
- Line spacing: single
- Font size: 12 pt
- Margins:
 - top – 2 cm
 - bottom – 2 cm
 - left – 3 cm
 - right – 1 cm
- Paragraph indentation – 1.25 cm
- Paper format – A4

Formatting of text, tables, and figures must comply with GOST 2.105-95 “General Requirements for Text Documents.”

The total length of the paper must not exceed 30 pages (excluding appendices).

The submitted file must be named as follows: Surname_Name_SRW

6.4 The research paper must include the following sections:

- title page (university name, project title, authors, academic supervisor, city, year) (Appendix 3);
- table of contents;
- abstract in three languages (relevance of the topic; research object and subject; objectives; methodology; main results and scientific novelty);
- introduction;
- main sections;
- conclusion;

- references;
- appendices.

6.5 Competition documentation must be submitted to the following address: Department of Business and Management, International University of Transport and Humanities , 32a Zhetysu-1 Microdistrict, Building 2, Office 510, Almaty 050063, Republic of Kazakhstan

Email: marketing-bakalavr@mtgu.edu.kz

Email subject line: SRW Competition 2026 – Program Code

Contact person: G. M. Izbullaeva

WhatsApp: +7 747 726 20 08

Application Form for Participation in the Competition

APPLICATION

**for participation in the International Student Research Competition on the topic:
“Transformation of Marketing Strategies in the Data Economy: The Role of Artificial
Intelligence in Achieving Competitive Business Advantages”**

I (We), the undersigned, hereby confirm that I (we) have reviewed and agree to comply with the Regulations of the International Student Research Competition entitled “Transformation of Marketing Strategies in the Data Economy: The Role of Artificial Intelligence in Achieving Competitive Business Advantages” and respectfully request to be admitted to participate in the Competition. The following information is provided:

1	Title of the research paper	
2	Country	
3	Author’s full name (Surname, Name, Patronymic, if applicable)	
4	Name of the higher education institution	
5	Educational program / specialization, year of study	
6	Author’s contact phone number	
	<i>If the research work is prepared by multiple authors, information specified in items 3–6 must be provided for each author</i>	
7	Scientific Supervisor’s full name	
8	Academic degree and academic title (if applicable), position	
9	Paper characteristics – total number of pages	
10	Number of appendices	
11	Number of figures	
12	Number of tables	
13	Number of references	
14	Research characteristics – purpose of the study	
15	Research methods	
16	Participant’s contact information (Full Name)	
17	Phone number	
18	E-mail	
19	Date of application submission	

Supervisor's Review

REVIEW
of the research paper by (Full Name(s) of Student(s))
on the topic: "Title of the Research Paper" prepared by student(s) of group (Group Number),
educational program (Code, Title of the Program)

Text... Text... Text...

Scientific Supervisor: Full Name of Scientific Supervisor



Title Page Template of the Research Paper

**Ministry of science and higher education of the republic of Kazakhstan
International University of Transport And Humanities
Department of Business and Management
Educational Program (Code, Title)**

RESEARCH WORK

« _____ »
Title of the Research Paper

Authors:

(Full Name, Educational Program)

(Full Name, Educational Program)

Scientific Supervisor:

(Full Name, Educational Program)

Almaty 2026

