

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУ ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет  
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана ЭФ

Кочербаева А.А.

28.10.2024



## Маркетинг

### аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой  
Учебный план

**Менеджмента**  
b38030130  
Направление 38.03.01 Экономика

Форма обучения  
Программу составил(и):

**очная**  
к.э.н., зав.кафедрой менеджмента, Романович О.Г.; к.э.н., доцент кафедры менеджмента,  
Островская Е.С.

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16 2/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	26	26	26	26
Практические	28	28	28	28
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54,3	54,3	54,3	54,3
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	35,7	35,7	35,7	35,7
Итого	144	144	144	144

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
1.1	Цель дисциплины "Маркетинг" - формирование комплекса знаний и компетенций, позволяющих обеспечить стабильное функционирование и развитие предприятия в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и предприятия.
1.2	Для достижения цели ставятся задачи:
1.3	- рассмотрение основных направлений развития теории и практики маркетинга на современных предприятиях;
1.4	- изучение методов исследования рыночной конъюнктуры, определения динамики потребностей и спроса и осуществления анализа маркетинговых возможностей предприятия;
1.5	- приобретение практических навыков разработки и оптимизации комплекса маркетинговых мероприятий по развитию товарного ассортимента, ценовой политике, выбору каналов распределения, формированию коммуникационной политики предприятия.

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Управление современной организацией
2.1.2	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков 4
2.1.3	Предпринимательство
2.1.4	Теория организации
2.1.5	Учебная (ознакомительная) практика 2
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Комплекс маркетинга в сфере услуг
2.2.2	Маркетинг услуг
2.2.3	Маркетинговые коммуникации
2.2.4	Рекламный менеджмент
2.2.5	Бизнес-планирование
2.2.6	Процессы принятия управленческих решений
2.2.7	Стратегический менеджмент
2.2.8	Международный маркетинг
2.2.9	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика 1
2.2.10	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.11	Диджитал-маркетинг
2.2.12	Исследования и анализ в маркетинге
2.2.13	Продакт-менеджмент и ценообразование
2.2.14	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика 3
2.2.15	Управление брендом
2.2.16	Управление продажами и дистрибуцией
<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	основные способы определения новых рыночных возможностей, основные виды, функции и разделы бизнес-плана; сущность и назначение предпринимательской деятельности; основные виды стратегий организации; основы проведения и внедрения инноваций; основные концепции и принципы управления организационными изменениями
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	анализировать и интерпретировать рыночную информацию и использовать ее при разработке бизнес-планов, проводить расчеты всех необходимых параметров бизнес-плана; обосновывать предпринимательские решения с позиции их экономического эффекта и социальной значимости; оценивать эффективность создания новых направлений деятельности и организаций
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	методами и инструментами разработки, обоснования и контроля реализации бизнес-планов; методами обоснования и принятия ключевых предпринимательских решений; навыками оценки, разработки и

	управления инновациями; навыками разработки программы организационных изменений; методами разработки и реализации конкурентоспособной стратегии организации
--	---

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность маркетинговой деятельности предприятия;</li> <li>- основные признаки классификации видов и элементов маркетинга;</li> <li>- принципы и концепции маркетинга как особого вида управленческой деятельности;</li> <li>- основные экономические показатели структуры рынка.</li> </ul>
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать конкурентную среду, потребителей, структуру рынков и разрабатывать мероприятия комплекса маркетинга;</li> <li>- обосновывать и проводить оценку эффективности разработанных мероприятий комплекса маркетинга.</li> </ul>
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки и оценки эффективности мероприятий по формированию спроса;</li> <li>- методами оптимизации комплекса мероприятий по формированию спроса.</li> </ul>