

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

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Управление маркетинговой деятельностью аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики и управления на предприятии**

Учебный план d38040148_24_1э эфуб.plx
Направление подготовки 38.04.01 - РФ, 580100 - КР Экономика
Магистерская программа "Экономика фирмы и управление бизнесом"
(с применением дистанционных технологий)

Квалификация **магистр**

Форма обучения **заочная**

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Есенкулова Ирина Арстанбековна

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	20	20	20	20
Практические	24	24	24	24
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	6		6	
В том числе электрон.	35		35	
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44,3	44,3	44,3	44,3
Сам. работа	84	84	84	84
Часы на контроль	31,7	31,7	31,7	31,7
Итого	160	160	160	160

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель дисциплины "Управление маркетинговой деятельностью" - формирование комплекса знаний и компетенций, позволяющих обеспечить стабильное функционирование и развитие предприятия в конкурентной среде на основе
1.2	гармонизации интересов потребителей и предприятия.
1.3	Для достижения цели ставятся задачи:
1.4	1.1 рассмотрение основных направлений развития теории и практики маркетинга на современных предприятиях;
1.5	1.2 изучение методов исследования рыночной конъюнктуры, определения динамики потребностей и спроса и
1.6	осуществления анализа маркетинговых возможностей предприятия;
1.7	1.3 приобретение практических навыков разработки и оптимизации комплекса маркетинговых мероприятий по
1.8	развитию товарного ассортимента, ценовой политике, выбору каналов распределения, формированию
1.9	коммуникационной политики предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Инновационный анализ предприятия
2.1.2	Макроэкономика
2.1.3	Микроэкономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Управление конкурентоспособностью фирмы
2.2.3	Конкурентный анализ отрасли
2.2.4	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.5	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая)
2.2.6	Научно-исследовательская работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-3: Способен прогнозировать основные финансово-экономические показатели деятельности предприятия**

Знать:
Основные понятия, профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений. Место информационно-аналитических технологий в разработке управленческих решений.
Уметь:
Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций организационно-управленческого характера
Владеть:
Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации для принятия организационно-управленческих решений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
	Основные понятия, профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений. Место информационно-аналитических технологий в разработке управленческих решений.
3.2	Уметь:
	Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций организационно-управленческого характера
3.3	Владеть:
	Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации для принятия организационно-управленческих решений