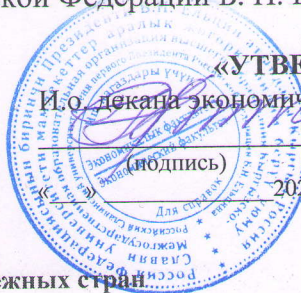


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ИННОВАЦИЙ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

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



«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. декана экономического факультета

А.А. Кочербаева

(подпись)

2025 год

Маркетинг зарубежных стран

**АННОТАЦИЯ**

Закреплена за кафедрой: «Мировая экономика и МЭО»

Учебный план: Ucheb\_plan\_38.03.01МЭ и МЭО. 2025\_30.06.2025.pdf

Направление подготовки 580100 - КР, 38.03.01 - РФ «Экономика».

Профиль «Мировая экономика и МЭО»

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость: 5 зет

Часов по учебному плану: 180

в том числе:

аудиторные занятия 32

практические занятия 32

Виды контроля в семестрах:

6 семестр; экзамен

Распределение часов (дисциплины) по семестрам:

Семестр (Курс, семестр на курсе)	6 (3.6)		Итого	
	18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе интерактивных	8	8	8	8
В том числе в форме теоретической подготовки	4	4	4	4
Итого аудиторных	64	64	64	64
Контактная работа	48,3	48,3	48,3	48,3
Самостоятельная работа (СРС)	80	80	80	80
Часы на контроль	31,7	31,7	31,7	31,7
Итого:	180	180	180	180

Программу составил(и):

Мун В.Г. к.э.н., доцент кафедры мировой экономики и МЭО



Рабочая программа дисциплины: «Маркетинг зарубежных стран»

Разработана в соответствии с ФГОС ВПО 3++

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.01 ЭКОНОМИКА (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТ).

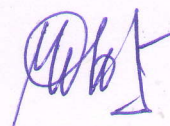
Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. N 954 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (с изменениями и дополнениями) от 12 августа 2020 года.

Составлена на основании учебного плана: Ucheb\_plan\_38.03.01МЭ и МЭО. 2025\_30.06.2025.pdf

Направление 38.03.01 Экономика; профиль «Мировая экономика и МЭО»  
Утвержденного ученым советом вуза от 30.06.2025 год протокол № 13

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
Мировой экономики и МЭО

Протокол от 01.10 2025 г. № 2  
Срок действия программы: 2025-2029 уч. год  
Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Абдынасыров У.Т.

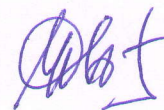


**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель УМС  
\_\_\_\_\_ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
Исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры  
Мировой экономики и МЭО

Протокол от 01.10. 2025 г. № 2  
Зав. кафедрой Абдынасыров У.Т. д.э.н., профессор



---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель УМС  
\_\_\_\_\_ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
Исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры  
Мировой экономики и МЭО

Протокол от \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_\_  
Зав. кафедрой Абдынасыров У.Т. д.э.н., профессор

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель УМС  
\_\_\_\_\_ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
Исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры  
Мировой экономики и МЭО

Протокол от \_\_\_\_\_ 2027 г. № \_\_\_\_\_  
Зав. кафедрой Абдынасыров У.Т. д.э.н., профессор

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель УМС  
\_\_\_\_\_ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
Исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры  
Мировой экономики и МЭО

Протокол от \_\_\_\_\_ 2028 г. № \_\_\_\_\_  
Зав. кафедрой Абдынасыров У.Т. д.э.н., профессор

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>1.1</b>	Целью изучения дисциплины «Маркетинг зарубежных стран» является овладение всей системой рыночных отношений по продвижению товара (услуги).
<b>1.2 ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>1.2.1</b>	Исследование понятия, сущности, функций и концепций маркетинга зарубежных стран зарубежных стран в маркетинге зарубежных стран как современной стратегии по изучению основ рынка, продвижению товара (услуги), а также расширение производственных возможностей предприятия;
<b>1.2.2</b>	Выявление анализа и исследование внутренней и внешней среды;
<b>1.2.3</b>	Изучение классификации товарных рынков, определение его емкости и доли;
<b>1.2.4</b>	Изучение предпосылок маркетинга зарубежных стран и мотивации поведения конечных потребителей;

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
<b>Цикл (раздел) ООП:</b>	<b>Б1. В.ДВ.03.01</b>
<b>2.1</b>	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
<b>2.1.1</b>	Современные проблемы экономической науки
<b>2.1.2</b>	Микроэкономика
<b>2.1.3</b>	Макроэкономика
<b>2.1.4</b>	Основы предпринимательства и международный бизнес
<b>2.2</b>	Дисциплины и практики, для которых освоение дисциплины необходимо как предшествующее:
<b>2.2.1</b>	Маркетинг

<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>ПК-2:</b> способен на основе типовых методик и действующей нормативно – правовой базы рассчитать экономические и социально- экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	теоретические основы всей системы маркетинга зарубежных и его инструментов;
Уровень 1	содержание и сущность маркетинга зарубежных стран как основного инструмента рыночных отношений;
Уровень 1	специфика маркетинга зарубежных стран в международном исследовании, а также основных правил и процедур современного маркетинга зарубежных стран;
<b>Уметь:</b>	

Уровень 1	внедрять систему основных принципов в предпринимательской деятельности с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;
Уровень 1	использовать формы и методы в международных исследованиях для успешной реализации маркетинга в зарубежных странах и роль международных проектов;
Уровень 1	применять программу по формированию спроса и стимулированию сбыта; решать ситуационные задачи.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	навыками организации и сбора информации на практике;
Уровень 1	процессом управления в любой сфере деятельности фирмы, предприятия и организации;
Уровень 1	информацией о новых сферах применения и его стратегий;