**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




# Маркетинг

## аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за **Международная бизнес-школа**

Учебный план b380302_26_1 мен.plx
Направление 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
для всех образовательных программ)

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **Очная**

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Романович О.Г.; к.э.н., доцент, Островская Е.С.

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | **4 (2.2)** | | Итого | |
|---|---|---|---|---|
| Недель | 18 | | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Практические | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Контактная работа в период экзаменационной | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| В том числе инт. | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Итого ауд. | 48 | 48 | 48 | 48 |
| Контактная работа | 48,3 | 48,3 | 48,3 | 48,3 |
| Сам. работа | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Часы на контроль | 35,7 | 35,7 | 35,7 | 35,7 |
| Итого | 144 | 144 | 144 | 144 |

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | |
|---|---|
| 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. |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|---|---|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.О |
| **2.1** | **Требования к предварительной подготовке обучающегося:** |
| 2.1.1 | Коммуникации в бизнесе |
| 2.1.2 | Инновационное предпринимательство |
| 2.1.3 | Теория организации |
| 2.1.4 | Учебная (ознакомительная) практика 1 |
| **2.2** | **Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:** |
| 2.2.1 | Инновационный менеджмент |
| 2.2.2 | Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика 3 |
| 2.2.3 | Стратегический менеджмент |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|---|
| **ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;** | |
| **Знать:** | |
| 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 |
| **Уметь:** | |
| 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 |
| **Владеть:** | |
| 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**

| **3.1** | **Знать:** |
|---|---|
| 3.1.1 | - сущность маркетинговой деятельности предприятия; |
| 3.1.2 | - основные признаки классификации видов и элементов маркетинга; |
| 3.1.3 | - принципы и концепции маркетинга как особого вида управленческой деятельности; |
| 3.1.4 | - основные экономические показатели структуры рынка. |
| **3.2** | **Уметь:** |
| 3.2.1 | - анализировать конкурентную среду, потребителей, структуру рынков и разрабатывать мероприятия комплекса маркетинга; |
| 3.2.2 | - обосновывать и проводить оценку эффективности разработанных мероприятий комплекса маркетинга. |
| **3.3** | **Владеть:** |
| 3.3.1 | - навыками разработки и оценки эффективности мероприятий по формированию спроса; |
| 3.3.2 | - методами оптимизации комплекса мероприятий по формированию спроса. |