МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ 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)
28.08. 2025 год

Маркетинг (продвинутый уровень)

Аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой: «Мировая экономика»

Учебный план: Ucheb_plan_38.03.01 22 __ 3э __мэ. plx .27.06.2022.pdf
Направление подготовки 580100 - КР, 38.03.01 - РФ «Экономика»
Профиль «Мировая экономика»
Квалификация: бакалавр
Форма обучения: очная

Программу составил(и):
Мун В.Г. к.э.н., доцент кафедры мировой экономики

Распределение часов дисциплины по семестрам:

Семестр (Курс, семестр на курсе)	5 (3.5)		Итого	
Недель	17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе интерактивных	8	8	8	8
В том числе в форме практической подготовки	4	4	4	4
Итого аудиторных	64	64	64	64
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Самостоятельная работа (СРС)	79,9	79,9	79,9	79,9
Итого:	144	144	144	144

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП	Б1.В.10
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Микроэкономика Б1.Б.4.1
2.1.2	Макроэкономика Б1.Б.4.2
2.1.3	Экономический анализБ1.Б.4.6
2.1.4	Менеджмент Б1.Б.4.8
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение дисциплины «Маркетинг» необходимо как предшествующее:
2.2.1	Мировая экономика Б1.Б.4.11
2.2.2	Международная торговля и сфера услуг Б1.В.ОД.4.1
2.2.3	Международный маркетинг Б1.В.04
2.2.4	Международный бизнес Б1.В.06

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

Уровень 1	внедрять систему основных принципов маркетинга в предпринимательскую деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;
Уровень 1	использовать формы и методы маркетинговых исследований для успешной реализации маркетинговых проектов;
Уровень 1	применять программу по формированию спроса и стимулированию сбыта; решать ситуационные (маркетинговые) задачи.
Владеть:	
Уровень 1	навыками организации маркетингового подхода на практике;
Уровень 1	процессом управления маркетингом в любой сфере деятельности фирмы, предприятия и организации;
Уровень 1	информацией о новых сферах применения маркетинга и его стратегий;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен: