**ПРОФИЛЬ КУРСА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Базовая информация**

***Название курса:*** Маркетинг

***Код курса: 206***

***Тип курса:*** обязателен для студентов экономического направления

***Цикл, на каком читается:*** ОПД – общепрофессиональные дисциплины

***Год обучения:*** третий

***Семестр:*** пятый

***Количество кредитов:*** 5 кр.

***Имя и фамилия лектора(ов):*** Тулеев Расул

***e-mail преподавателя(ей):***[amp.rasul@mail.ru](mailto:amp.rasul@mail.ru); [tuleev.rasul@gmail.com](mailto:tuleev.rasul@gmail.com)

***Язык(и) обучения:***русский

***ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ***

***Результаты обучения:****В результате изучения курса студенты должны:*

* Знать цели, задачи и функции маркетинга, его роль в управлении предприятием;
* Знать направления и методы маркетинговой деятельности;
* Уметь анализировать рыночные возможности, сегментировать рынки, выбирать целевые рынки;
* Уметь разрабатывать комплекс маркетинговых мероприятий (задумать продукт, установить цену, выбрать стратегию сбыта и продвижения продукта);
* Знать маркетинговые инструменты воздействия на целевую аудиторию.

*Компетенции*

Изучение курса дает профессиональные знания и умения, предполагает приобретение следующих компетенций:

* Способность к анализу рыночных условий;
* Навыки проведения сегментации и позиционирования товара на рынке,
* Способность оценки потенциальных рыночных возможностей,
* Навыки разработки комплекса маркетинга,
* Навыки проведения мероприятий по продвижению товара на рынке.

***Содержание курса:***Курс представляет собой изложение основных разделов современной концепции маркетинга, раскрываются основные блоки, связанные с организацией и проведением маркетинговых исследований. Большое место в данном курсе занимает изложение основных маркетинговых стратегий. К их числу относятся разработка товарной, сбытовой и ценовой политики на современной фирме.

В курсе раскрывается содержание понятия Маркетинг, изучаются основы и сущность маркетинга, теория и практика современного маркетингового механизма управления и воздействия на конкурентные позиции фирмы на рынке.

Цель дисциплины заключается в знакомстве с маркетинговыми технологиями в Кыргызстане, приобретении навыков практического использования маркетинговых технологий, изучении особенностей маркетинговых действий в отраслях и сферах деятельности на рынке Кыргызстана.

Основные задачи:

* Освоение обучающимися современной теории маркетинга;
* Осознание объективной необходимости маркетинга в конкретных условиях кыргызского рынка;
* Развитие способностей идентификации маркетинговых проблем и методов их решения;
* Обучение практическим навыкам маркетинговой деятельности.

***ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ***

***Пререквизиты:*** Микроэкономика, Макроэкономика, Менеджмент,

***Форма обучения:*** Общая трудоемкость курса предполагает проведение аудиторных и внеаудиторных занятий общим объемом 150 часов, в том числе лекционные занятия 32 часа, семинарские занятия 32 часа, СРС 86 часов, проведение консультаций для студентов 3 курса, в 5 семестре. По окончании изучения дисциплины завершающим контролем станет сдача экзамена, промежуточным контролем является сдача модулей.

***Методы преподавания:***

* аудиторные лекционные занятия;
* аудиторные практические занятия;
* проведение письменных модульных и тестовых работ;
* групповые работы с дальнейшей презентацией;
* самостоятельная работа.

***Виды учебной деятельности:***

* посещение лекционных занятий;
* индивидуальные занятия по учебникам и конспектам преподавателя;
* участие в дискуссиях;
* индивидуальные занятия;
* работа в группе;
* самостоятельная работа.

***Рекомендуемая литература:***

*Основная литература:*

1. Закиров А., Абдразакова А. Маркетинг: учебно-методическое пособие по маркетингу
2. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент.
3. Крылова. Маркетинг: Теория и 86 ситуаций.
4. Басовский, Л.Е. Маркетинг. Курс лекций
5. Алмакучуков К Методические рекомендации по освоению теоретического материала по темам "маркетинговые коммуникации", "бренд" на семинарских занятиях по курсу "Маркетинг", "Рекламный менеджмент"
6. Алмакучуков К. М. Методические рекомендации по освоению алгоритма маркетинговых исследований на семинарских занятиях по курсу "Технология маркетинговых исследоваий"
7. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов
8. Ноздрева, Р.Б. и др Маркетинг: учебное пособие
9. Ноздрева, Р.Б. и др Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу.
10. Ноздрева. Маркетинг. Практикум. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
11. Маслова. Маркетинг. Задачи.
12. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент.
13. Фатхутдинов. Стратегический маркетинг.
14. Аргынов А., Алмакучуков К., Атаханов Ш. Маркетинг-практикум: Бизнес курс для предпринимателей

*Дополнительная литература:*

1. Манин. Маркетинг на 100%.
2. Бендер. Секреты эффективного маркетинга.
3. Шульц, Дон Е., Китчен, Филип Дж. Маркетинг. Интегрированный подход. Маркетинговое управление рынком труда.
4. Бендер. Маркетинг: Учебник
5. Черчиль. Маркетинговые исследования
6. Черчиль. Контролинг как инструмент маркетинга
7. Эриашвили. Маркетинг
8. Ссылки Интернет сайтов.

***Критерии и методы оценки:***

Основными критериями контроля и оценки являются полнота, доказательство позиции и изложение ответов студентов.

Текущий контроль осуществляется в виде экспресс опроса и контроля посещаемости и активности в ходе проведения лекционных и семинарских занятий в течении семестра.

*Итоговый контроль в виде сдачи***экзамена**, при выведении которого учитываются результаты текущего контроля, знаний полученных на лекционных занятиях, проявленной активности студента в ходе семинарских занятий и умений и навыков показанных в ходе выполнения самостоятельных работ.

# ***Политика выставления оценок:***

Политика выставления оценок предусматривает набор студентами баллов по каждому из модулей:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Политика выставления оценок | Модуль 1 | Модуль 2 |
| Проведение модульного контроля | 15 баллов | 15 баллов |
| Активность на семинарах в течении модуля | 15 баллов | 15 баллов |
| Посещаемость | 10 баллов | 10 баллов |
| Самостоятельная работа | 10 баллов | 10 баллов |
| Итого по модулю | 50 баллов | 50 баллов |
| Проведение итогового экзамена | 100 баллов | |
| Всего максимальное количество баллов | 200 баллов | |

Знания, умения и навыки студентов оцениваются:

200 -170 баллов «отлично»,

169 – 140 баллов «хорошо»,

139 – 110 баллов «удовлетворительно»,

менее 119 «неудовлетворительно»

Условия и процесс оспаривания итоговой оценки осуществляются согласно «Регламента БФЭА» и «Этического кодекса преподавателей, сотрудников и студентов БФЭА».