



ОШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Кыргызско-Турецкий факультет



580100 Экономика  
Программы курса (Силлабус) для студентов

[www.ktf.oshsu.kg](http://www.ktf.oshsu.kg)

Код курса	Название курса (kg)	Название курса (ru)	Семестр	Недельные часы	Кредит	ECTS
V3.-3.10	МАРКЕТИНГ	МАРКЕТИНГ	4	2,5 + 2,5	5	5
Уровень курса	Бакалавр					
Тип курса	Гос. компонент					
Преподаватель курса	Имаралиев Өмүрбек Рахманалиевич – старший преподаватель, магистр по направлению Менеджмент (Управление бизнеса-МВА)					
Язык курса	Кыргызский, Русский, Турецкий					
Ассистент	-					
Аудитория	КТФ 216					
Цель курса	Целью дисциплины является формирование у студентов системы знаний о маркетинге, как науке, философии бизнеса, виде деятельности, универсальном способе управлением и развитием субъектов рыночной деятельности, а также формирование умений и привитие у студентов навыков принятия эффективных маркетинговых экономико-управленческих решений на предприятии.					

**Список использованных литературы**

№	Использованные литературы	Типы литературы
1	Убайдуллаев М.Б. Маркетинг / М.Б. Убайдуллаев, Таалайбек уулу Таризель // Окуу китеби – Ош, 2012.	Учебник
2	Имаралиев Ө.Р. Ишкердүүлүктү жана бизнести пландаштыруу/ Ө.Р.Имаралиев., Э.Э.Саматова // Окуу куралы – Ош, 2014.	Учебник
3	Голубков Е.П. Маркетинг: Словарь-справочник. 2 изд. Дело, 2001	Методичка
4	Маркетинг. Пособие для предпринимателей. январь 2005 года	Электронный учебник
5	Национальный открытый университет ИНТУИТ <a href="http://www.intuit.ru">http://www.intuit.ru</a> <a href="https://www.intuit.ru/studies/professional_skill_improvements/1901/courses/55/lecture/15051">https://www.intuit.ru/studies/professional_skill_improvements/1901/courses/55/lecture/15051</a> <a href="https://www.intuit.ru/studies/courses/20139/1317/info">https://www.intuit.ru/studies/courses/20139/1317/info</a>	Сайт
6	Все электронные материалы по дисциплины на сайте <a href="http://www.ktf.oshsu.kg">www.ktf.oshsu.kg</a>	Сайт

**Ожидаемые результаты**

1	В результате обучение дисциплины студенты <b>знать/уметь/владеть:</b> -теоретические знания о маркетинге во всех его проявлениях;
2	-прикладные знания в области развития форм и методов маркетингового экономического управления субъектами рыночной деятельности; -навыки креативной реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности экономистов на предприятиях;

**Тематический план курса (75 ауд.,75 ср., 5 кред.)**

Недели	Тематики лекционных занятий	Тематики практический занятий
1. нед.	Тема 1. Содержание и сущность маркетинга	Роль и природа маркетинга
2. нед.	Тема 2. Маркетинговая среда	Поведение потребителей
3. нед.	Тема 3. Модель покупательского поведения	Этапы становления и развития маркетинга как науки и вида практической деятельности
4. нед.	Тема 4. Рынок как объект маркетинга	Управление маркетингом. Стратегический подход к управлению маркетингом на предприятии

5. нед.	Тема 5. Понимание своего места на рынке товаров/услуг	Маркетинговая информационная система
6. нед.	Тема 6. Разработка и анализ товаров/услуг	Поведение потребителей. Клиентоориентированность и лояльность
7. нед.	Тема 7. Цена и ценообразование с точки зрения маркетинга	Комплекс маркетинга
8. нед.	Рубежный контроль 1	Рубежный контроль 1
9. нед.	Тема 8. Планирование эффективной коммуникации	Товарная политика предприятия
10. нед.	Тема 9. Система распределения товаров и услуг	Ценовая политика предприятия
11. нед.	Тема 10. Маркетинговые исследования	Политика распределения
12. нед.	Тема 11. Изменяющееся внешнее окружение организации	Оценка эффективности работы маркетинговой службы
13. нед.	Тема 12. Анализ рынка. Анализ конкуренции	Товар и товарная политика в маркетинге. Маркетинг услуг
14. нед.	Тема 13. Разработка маркетинговой стратегии и плана действий	PEST-анализ
15. нед.	Тема 14. Торговые марки. Возникновение и развитие.	SWOT-анализ
16. нед.	Тема 15. Создание торговой марки	Разработка маркетинговой стратегии и плана действий
17. нед.	Тема 16. Франчайзинг	Перезентация бизнес плана
18. нед.	Рубежный контроль 2	Рубежный контроль 2
	Итоговый контроль	Итоговый контроль

Оценивание			Балл
Форма оценивания	Количество (шт.)	(%)	Общий
Рубежный контроль 1	1	30	30
Рубежный контроль 2	1	30	30
Итоговый контроль	1	40	40

Критерии оценки знаний студентов			
Рейтинг (баллы)	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент оценки по GPA	Оценка по традиционной системе
87 – 100	A	4,0	Отлично
80 – 86	B	3,33	Хорошо
74 – 79	C	3,0	
68 – 73	D	2,33	Удовлетворительно
61 – 67	E	2,0	
31 -60	FX	0	Неудовлетворительно
0 – 30	F	0	