www.manas.edu.kg

КЫРГЫЗ-ТҮРК "МАНАС" УНИВЕРСИТЕТИ
Комуникация факультети факультети
Коом менен байланыш жана реклама бөлүмү
Курстун программасы

Курстун коду	Курстун аты (Кыргызча)	Курстун аты (Түркчө)	Семестр	Апталык саат	Кредит	ECTS
HIR-255	ЗАМАНБАП МАРКЕТИНГ БАШКАРУУСУ	ÇAĞDAŞ PAZARLAMA YÖNETİMİ	3	3 + 0	3	3

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Талаптуу
Курстун мугалими	Ага окутуучу док. Бегайым Максутова
Курстун тили	Кыргызча
Жардамчылар	жок
Аудитория	203
Курстун максаты	Бул курстун максаты жана бизнес чөйрөсүндөгү милдеттерди чечүүдө маркетингдик жол ыкмаларын колдонууда практикалык жөндөмдүүлүккө жана билимге ээ болуу; азыркы мекемеде маркетингди башкаруу функциялары, стратегиялык маркетингдин методдору жана куралдары, мекемедеги маркетингди башкаруу методдору жөнүндө студенттерде жалпы көз-карашты түзүү.

Колдонулуучу адабияттар		
	Колдонулуучу адабияттар	**Адабияттын түрү**
1	Pazarlama / Doğan Tuncer, Tamer Arpacı, Doğan Yaşar Ayhan v.b. Ankara : Gazi Büro Kitabevi, 1994	Китеп
2	Applications in Basic Marketing : Clippings from the Popular Business Press : 1991-1992 Edition / McCarthy, Edmund Jerome ; William D. Perreault. Boston : İrwin, 1991	Китеп
3	. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. — СПБ.: Питер, 2010. – 464 с.	Китеп
4	Алешина И.В. Поведение потребителей / И.В. Алешина. – М.: Фаир-Пресс, 2010, — 384 с.	Китеп

Жетишилчү жыйынтыктар	
1	Рынок мамилелердин өнүгүүсү жана сырткы чөйрөнүн өзгөрүүлөрү жөнүндө билимге ээ болуу; маркетеингдин негизги маселелери, рынокту изилдөө жана маркетингдик сырткы чөйрө принциптери, рынокту сегментөө, баа түзүүнүн теоретикалык негиздери жана товарды жакшыртуу, рынокто товарды алга жылдыруу жана жайылтуу методдорун изилдөө жана баалоо, маркетингдик план жана маркетингдик изилдөөнүн программасынын тутуму жана иштеп чыгуу тартиби боюнча теоретикалык билим алуу. Бул сабакты окуу процессинде студенттер кийинки компетецияларга ээ болот: Мекеменин маркетингдик стратегиясын иштеп чыгууга катыша алат, иш-чараларды пландап, ишке ашыра алат. Маркетингдик изилдөөлөрдүн негизинде алынган маалыматты мекеменини практикалык ишмердүүлүгүндө колдоно алат.

Курстун планы	
Апта	**Темасы**
1. Апта	Киришүү. Сабактын негизги түшүнүктөрү. Маркетингди башкаруунун теоретикалык негиздери.
2. Апта	Маркетингди башкаруунун принциптери.
3. Апта	Маркетингди башкаруунун функциялары
4. Апта	Бизнес багыттар жана мекемени башкаруу структурасындагы маркетингдин орду.
5. Апта	Заманбап мекеменин сырткы жана ички чөйрөсүн анализдөө (талдоо). Методдор жана куралдар.
6. Апта	Маркетингдик жумушчу стратегиялар. Портфель стратегиясы.
7. Апта	өнүгүү стратегиясы жана GAP-анализ.
8. Апта	Ара сынак

Курстун планы	
9. Апта	Конкуренттерди анализдөө. Негизги конкуренттик стратегиялар
10. Апта	Сегменттөө.
11. Апта	Маркетингди башкаруу процесси.
12. Апта	Уюмдук стратегияларды башкаруу.
13. Апта	Продукталык стратегияларды башкаруу.
14. Апта	Бааларды башкаруу.
15. Апта	Бөлүштүрүүнү башкаруу
16. Апта	Бөлүштүрүүнү башкаруу Жыйынтыктоочу сынак.

Баалоо			
Баалоо каражаты	**Саны (даана)**	**Үлүшү (%)**	**Жалпы үлүшү**
Арасынак	1	40	**40**
Финал сынагы	1	60	**60**