

КАРАГАНДИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор
по учебно-методической работе
к.э.н., профессор Бутубаева Р.О.

« 03 » 07 2010 г.

СОГЛАСОВАНО

Проректор по новым технологиям
и дистанционному обучению
д.п.н., профессор Ибышев Е.С.

« 02 » 07 2010 г.

СИЛЛАБУС
БАКАЛАВРИАТ

Дисциплин: **УМ 4306 «Управление маркетингом»**
Специальность: **050511 – Маркетинг**
Кафедра: **маркетинга и туризма**

Всего 3 кредита (трудоемкость 135 часов)
лекции - 15 часов
семинарские занятия – 30 часов
СРС – 60 часов
СРСП – 30 часов

Силлабус составлен д.э.н., профессором Накиловой Г.Н. на основании ГОСО РК специальности 050511 «Маркетинг», рабочего учебного плана 050511 «Маркетинг», учебной программы дисциплины «Управление маркетингом» и требований к структуре учебно-методического комплекса дисциплины КЭУК-МИ-85-05.01-2007

Рассмотрен на заседании учебно-методического семинара кафедры маркетинга и туризма

«17» июня 2010 г. Протокол № 11

Зав. кафедрой
д.э.н., профессор



Борбасова З.Н.

Сведения о преподавателе: Накипова Г.Н. д.э.н., профессор кафедры Маркетинга и туризма КЭУК, читает курсы «Маркетинг», «Практический маркетинг», «Банковский маркетинг».

Офис: кафедра маркетинга, кабинет 285
Адрес: Академическая 9
Тел.: 44-16-34, внутренний 146

Программа дисциплины

Таблица 1 - Распределение часов по видам занятий

	Название темы	Лекционные занятия	Практические занятия	СРСП	СРС
1	Введение в курс	1	1	2	4
2	Содержание и структура стратегического управления фирмой	1	3	2	4
3	Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы	1	2	2	4
4	Анализ внешней среды	1	2	2	4
5	Стратегическое и оперативное планирование маркетинга фирмы	1	2	2	4
6	Маркетинг как интегрирующая функция управления фирмой	1	1	2	4
7	Содержание управления маркетингом	1	3	2	4
8	Методы стратегического анализа в управлении маркетингом	1	2	2	4
9	Управление маркетингом на корпоративном уровне	1	2	2	4

10	Управление маркетингом на функциональном уровне	1	2	2	4
11	Продуктовая стратегия маркетинга на инструментальном уровне	1	2	2	4
12	Ценовые стратегии маркетинга на инструментальном уровне	1	2	2	4
13	Стратегия распределения на инструментальном уровне	1	3	2	4
14	Стратегия продвижения на инструментальном уровне	1	2	2	4
15	Контроль, оценка и аудит маркетинга	1	2	2	4
Всего:		15	30	30	60

Таблица 2 - График лекционных, семинарских и занятий СРСП

№	Дата	Время	Наименование тем
Лекции			
1			Введение в курс
2			Содержание и структура стратегического управления фирмой
3			Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы
4			Анализ внешней среды
5			Стратегическое и оперативное планирование маркетинга фирмы
6			Маркетинг как интегрирующая функция управления фирмой
7			Содержание управления маркетингом
8			Методы стратегического анализа в управлении маркетингом