

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Погребная Ярослава Адольфовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 25.01.2024 15:11:31  
Уникальный программный ключ:  
df3b41101d3b2b77a07bf7ecfceb4c437367e6f2

**Частное образовательное учреждение  
профессионального образования  
«Налоговый колледж»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**учебной дисциплины**

**ОП.12 МАРКЕТИНГ**

Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Квалификация выпускника: операционный логист

Образовательная программа на базе среднего общего образования

Образовательная программа на базе основного общего образования

Формы обучения: очная/заочная

**Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, Положения о разработке рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей по специальностям среднего профессионального образования.**

Составитель (автор): Позднякова А.В., преподаватель

Рабочая программа обсуждена на заседании ПЦК общепрофессиональных и профессиональных дисциплин по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Протокол № 6 от 04.05.202

Заместитель директора по УМР

\_\_\_\_\_ Ложникова Т.В.

(подпись, фамилия и инициалы)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>8</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

## УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 13 МАРКЕТИНГ

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Программа ОП. 12 Маркетинг является частью программы подготовки специалистов среднего звена, составленной в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике. и входит в вариативную часть программы.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ПК.4.1, ПК.4.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК.4.1 ПК.4.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ЛР 13 ЛР 14 ЛР 15	планировать и организовывать работу подразделения; формировать организационные структуры управления; разрабатывать мотивационную политику организации; принимать эффективные решения, используя систему методов управления; учитывать особенности маркетинга (по отраслям)	сущность и характерные черты современного маркетинга, историю его развития; особенности маркетинга в области профессиональной деятельности (по отраслям); внешнюю и внутреннюю среды организации; цикл; процесс принятия и реализации управленческих решений; функции маркетинга в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; систему методов управления; методику принятия решений.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

#### *Очная форма обучения*

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	44
в том числе:	
	40
теоретическое обучение	32
практические занятия	18
Самостоятельная работа	4
<b>Промежуточная аттестация</b>	Дифференцированный зачет

#### *Заочная форма обучения*

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	44
в том числе:	
	40
теоретическое обучение	6
самостоятельные занятия	4
Самостоятельная работа	34
<b>Промежуточная аттестация</b>	Дифференцированный зачет

## 2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины **МАРКЕТИНГ**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа	Объем часов (очная/заочная)	Коды компетенций	
1	2	3	4	
<b>Тема 1.</b> Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК 04 ОК 05 ЛР 13, ЛР 14 ЛР 15	
	1	Основные понятия маркетинга, его цели и задачи.		
	2	Концепции маркетинга и эволюция их развития.		
	3	Основные виды маркетинга.		
	4	Структура маркетинговой деятельности.		
	5	Внешняя и внутренняя среда маркетинга.		
		<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>
	1	Анализ внешней и внутренней среды организации		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>6/4</b>
	1	Классифицировать элементы внешней и внутренней среды маркетинга торгового предприятия		2
	2	Построение «дерева целей» организации.	2	
	3	Классифицировать факторы, определяющие спрос на товары.	2	
<b>Тема 2.</b> Товар и товарная политика в маркетинге.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК 04 ОК 05 ЛР 13, ЛР 14	
	1	Товар в системе маркетинга и его классификация. Товарная политика.		
	2	Жизненный цикл товара.		
		<b>Практические занятия</b>		<b>1</b>
	1	Изучение и анализ жизненных циклов товаров.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>4/4</b>
	1	Построение графиков различных видов жизненных циклов продуктов.		2
2	Составить алгоритм разработки нового продукта (услуги).	2		
<b>Тема 3.</b> Конкуренция и конкурентоспособность.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3 ОК 01, ОК 02 ОК 05, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15	
	1	Понятие и виды конкуренции.		
	2	Конкурентоспособность товара и фирмы.		
		<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>
	1	Оценка конкурентоспособности предприятия.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>6/5</b>
	1	Составить алгоритм оценки конкурентоспособности товара.		4
2	Классифицировать виды стратегий конкуренции.	2		
<b>Тема 4.</b> Поведение потребителей.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК 04 ОК 05 ЛР 13, ЛР 14	
	1	Потребители: понятие, классификация по различным признакам.		
	2	Факторы, оказывающие влияние на решение потребителей о покупке: культурные, социальные, личностные,		
	3	Процесс принятия решения о покупке.		
		<b>Практические занятия</b>		<b>1</b>
	1	Процесс принятия решения о покупке.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>-/3</b>
<b>Тема 5.</b> Маркетинговые исследования.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3 ОК 01, ОК 02	
	1	Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований.		
	2	Этапы маркетингового исследования и их информационное обеспечение.		

	3	Основные направления исследований в маркетинге.		
		<b>Практические занятия</b>	<b>1</b>	
	1	Составление анкет, проведение опроса и анализ полученных данных.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4/4</b>	
	1	Проанализировать и составить классификацию основных видов маркетинговых исследований организации	2	
	2	Классифицировать основные способы сбора информации в маркетинге, их достоинства и недостатки.	2	
<b>Тема 6.</b> Сегментирование рынка.		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3
	1	Понятие и критерии сегментирования.		ОК 01, ОК 02
	2	Сегментирование рынка по группам потребителей, по группам товаров (услуг), по конкурентам.		ОК 03, ОК 04
		<b>Практические занятия</b>	<b>1</b>	ОК 05
	1	Сегментирование рынка товаров по группам потребителей.		ЛР 13, ЛР 14
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4/3</b>	
	1	Проанализировать и классифицировать признаки, по которым возможна сегментация рынка по группам потребителей.	2	
	2	Проанализировать и классифицировать признаки определения сегментов рынка потребителей.	2	
<b>Тема 7.</b> Маркетинговые коммуникации.		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/1</b>	ПК.4.1, ПК.4.3
	1	Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций. Формы маркетинговых коммуникаций.		ОК 01, ОК 02
	2	Формирование спроса и стимулирование сбыта.		ОК 03, ОК 04
	3	Реклама как инструмент продвижения товара на рынок. Виды рекламы.		ОК 05
	4	Персональные продажи как инструмент продвижения товара на рынок.		
	5	Мероприятия «паблик рилейшнз»		
	6	Фирменный стиль, торговая марка организации.		
		<b>Практические занятия</b>	<b>1</b>	
	1	Создание фирменного стиля.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2/3</b>	
	1	Провести анализ составных элементов фирменного стиля торговой организации.	2	
	2	Проанализировать виды скидок и выделить причины их предоставления.	2	
	3	Классифицировать типы обозначений торговых марок.	2	
4	Выделить основные элементы организационной культуры организации.	2		
<b>Тема 8.</b> Ценовая политика в маркетинге.		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3/0,5</b>	ПК.4.1, ПК.4.3
	1	Цена как экономическая категория рыночного хозяйства. Система цен и их классификация.		ОК 01, ОК 02
	2	Формирование маркетинговой цены продажи. Ценовые стратегии в маркетинге.		ОК 03, ОК 04
		<b>Практические занятия</b>	<b>1</b>	ОК 05
	1	Расчёт цены товара.		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2/3</b>	
	1	Классифицировать основные методы ценообразования организации.	2	
<b>Тема 9.</b> Сбытовая политика в маркетинге.		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2/0,5</b>	ПК.4.1, ПК.4.3
	1	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Формирование каналов товародвижения.		ОК 01, ОК 02
	2	Система товародвижения в маркетинге.		
		<b>Практические занятия</b>	<b>-</b>	
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>-/3</b>	
		<b>Итого, в т.ч.</b>	<b>40/40</b>	
		<b>теоретических занятий</b>	<b>32/6</b>	
		<b>практических занятий</b>	<b>18/4</b>	
		<b>Самостоятельная работа</b>	<b>4/34</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета Маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;

комплект учебно-наглядных пособий Маркетинг.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **3.2.1 Основные источники:**

1.Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 224 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-9916-9651-7.

2.Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 370 с. - (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9.



### **3.2.2 Дополнительные источники:**

3.Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 335 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-15606-5.

4.Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 342 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-9916-4561-4.

5.Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 367 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-9916-9115-4.

### **3.2.3 Интернет-ресурсы**

1.Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru>

2.Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru>

3.On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru>

4.Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>

5.Федеральный портал «Российское образование» - <http://edu.ru>

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Контроль и оценка освоения учебной дисциплины

Результаты обучения <sup>1</sup>	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p><u>Знать:</u>                      сущность и характерные черты современного маркетинга, историю его развития;                      особенности маркетинга в области профессиональной деятельности (по отраслям);                      внешнюю и внутреннюю среды организации; цикл; процесс принятия и реализации управленческих решений;                      функции маркетинга в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; систему методов управления; методику принятия решений.</p>	<p>демонстрирует знание характерных черт современного маркетинга, истории его развития;                      демонстрирует знание особенностей маркетинга в области профессиональной деятельности (по отраслям); демонстрирует знание внешней и внутренней среды организации; демонстрирует знание цикла;                      демонстрирует знание процесса принятия и реализации управленческих решений; демонстрирует знание функций маркетинга в рыночной экономике:                      демонстрирует знание порядка организации, планирования, мотивация и контроля деятельности экономического субъекта;                      демонстрирует знание системы методов управления; демонстрирует знание методики принятия решений;</p>	<p>Устный опрос.                      Тестирование.                      Контрольные работы.                      Проверочные работы.                      Оценка выполнения практического задания.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		

<p><u>Уметь:</u> планировать и организовывать работу подразделения;</p> <p>формировать организационные структуры управления;</p> <p>разрабатывать мотивационную политику организации;</p> <p>принимать эффективные решения, используя систему методов управления; учитывать особенности маркетинга (по отраслям)</p>	<p>демонстрирует умение планировать и организовывать работу подразделения;</p> <p>демонстрирует умение формировать организационные структуры управления;</p> <p>демонстрирует умение разрабатывать мотивационную политику организации;</p> <p>демонстрирует умение принимать эффективные решения</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценивание выполнения индивидуальных и групповых заданий.</p> <p>Оценка результата выполнения практических работ.</p> <p>Текущий контроль в форме собеседования, решения</p>
--	--	---