

Профессиональное образовательное учреждение  
«КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ»

---

ИНДЕКС: 109316, г. Москва, ул. Волгоградский проспект, д. 42, кор. 7. ТЕЛ: 8(495)542-78-64

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.13 МАРКЕТИНГ**

Специальность: 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Москва, 2021 г.

Одобрено

Предметно(цикловой) комиссией

Социально-экономический профиль

Разработана на основе

Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования : 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Протокол № 1

от «30» августа 2021г.

Председатель ПЦК

Утверждаю

Зам. директора по УМР

 /Якушина Т.В./

 Чаева Е.А.

Организация разработчик: «КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Составитель (автор): Якушина Т.В. преподаватель

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИ- ПЛИНЫ	<b>4</b>
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<b>6</b>
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<b>7</b>
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<b>11</b>
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<b>13</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.13 Маркетинг

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.03 Операционная деятельность в логистике (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности: общепрофессиональные дисциплины.

### 1.2. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими общими компетенциями студент в ходе освоения учебной дисциплины должен:

#### знать:

- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;
- принципы и функции маркетинга;
- сущность стратегического планирования в маркетинге;
- этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям);
- методы маркетинговых исследований;
- факторы маркетинговой среды;
- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;
- модель потребительского поведения;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования;
- цели и средства маркетинговой коммуникации;
- основы рекламной деятельности.

#### уметь:

- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- выявлять спрос на гостиничные услуги;
- формировать спрос и стимулировать сбыт;
- оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг;
- принимать участие в разработке комплекса маркетинга;
- принимать участие в проведении маркетинговых исследований;
- проводить опрос потребителей;
- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;
- оценивать поведение потребителей.

### 1.3. Планируемые результаты рабочей программы воспитания

Формулировки личностных результатов учитывают требования Закона в части формирования у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде, бережного отношения к здоровью, эстетических чувств и уважения к ценностям семьи.

<b>Личностные результаты реализации программы воспитания</b>	<b>Код личностных результатов реализации</b>
--	--

<i>(дескрипторы)</i>	<b>программы воспитания</b>
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	<b>ЛР 4</b>
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	<b>ЛР 7</b>
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	<b>ЛР 15</b>

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

максимальная учебная нагрузка обучающегося - 120 час, в том числе:  
 обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 80 часов;  
 самостоятельная работа обучающегося - 40 часов.

*Все практические занятия по дисциплине проводятся в форме практической подготовки.*

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>120</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>80</b>
в том числе:	
практические занятия	48
в форме практической подготовки	48
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>40</b>
в том числе:	
написание докладов и рефератов, составление кроссворда, подготовка к дифференцированному зачету	40
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	

## 2.2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 Маркетинг

Наименование тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Тема 1. Основы маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Возникновение, понятие и определение маркетинга. Цели и функции маркетинга.	2	2
	<b>Практическая работа №1:</b> Основные принципы и концепции маркетинга. Современное состояние маркетинга.	2	2
	<b>Самостоятельная работа №1:</b> Выбор любой профессии в сфере маркетинга и ее описание	2	
	<b>Самостоятельная работа №2:</b> Доклад по теме: «Особенности развития маркетинга в России»	2	
<b>Тема 2. Структура маркетинговой среды</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Маркетинговая среда организации и ее элементы.	2	2
	<b>Самостоятельная работа №3:</b> Реферат на тему: «Сущность основных социально-экономических категорий маркетинга»	2	
<b>Тема 3. Маркетинговые исследования</b>	<b>Практическая работа №2:</b> Анализ микро/макроокружения по его составляющим	2	2
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Принципы и методы маркетинговых исследований.	2	2
	<b>Самостоятельная работа №4:</b> Доклад по теме: «Виды маркетинговой информации»	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Методы сбора маркетинговой информации.	2	2
	<b>Практическая работа №3:</b> Анализ любого метода сбора данных, его достоинства и недостатки	2	
<b>Самостоятельная работа №5:</b> Реферат на тему: «Методы сбора информации» (любой с описанием исследования по выбранному методу)	2		
<b>Содержание учебного материала</b>			

	Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.	2	2
	<b>Практическая работа №4:</b> Сегментация потребителей	2	2
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Моделирование покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке.	2	2
	<b>Самостоятельная работа №6:</b> Реферат на тему: «Процесс принятия решения о покупке»	2	
	<b>Практическая работа №5:</b> Составление анкеты	2	2
	<b>Практическая работа №6:</b> Составление анкеты, ее корректировка	2	2
	<b>Практическая работа №7:</b> Проведение анкетирования	2	2
	<b>Практическая работа №8:</b> Анализ результатов анкетирования	2	2
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Изучение конкурентоспособности товара	2	
	<b>Практическая работа №9:</b> Изучение конкурентоспособности товара (на конкретном примере)	2	2
	<b>Практическая работа №10:</b> Сравнительный анализ конкурентных позиций товара	2	2
	<b>Самостоятельная работа №7:</b> Реферат на тему: «Конкурентоспособность и качество товара»	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие рынка и формы рыночных структур. Классификация рынков.	2	2
	<b>Практическая работа №11:</b> Сегментирование рынка (на конкретном примере)	2	2
	<b>Самостоятельная работа №8:</b> Доклад по теме: «Классификация рынков»	2	
<b>Тема 4. Стратегия и тактика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Стратегия маркетинга.	2	2

маркетинга	<b>Практическая работа №12:</b> Определение стратегии предприятия	2	2
	<b>Самостоятельная работа №9:</b> Доклад по теме: «Стратегия маркетинга»	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Тактика маркетинга.	2	2
	<b>Практическая работа №13:</b> Определение тактики предприятия	2	2
	<b>Самостоятельная работа №10:</b> Доклад по теме: «Тактика маркетинга»	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Общая характеристика и классификация товаров. Разработка новых товаров.	2	2
	<b>Практическая работа №14:</b> Сравнительная оценка товаров	2	2
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Основные концепции товарной политики предприятия. Основные понятия и положения франчайзинга	2	2
	<b>Самостоятельная работа №11:</b> Доклад по теме: «Франшиза»	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Основные виды цен. Цели и политика ценообразования. Методы определения цены.	2	
	<b>Самостоятельная работа №12:</b> Доклад по теме: «Ценообразование»	2	
	<b>Практическая работа №15:</b> Построение графика безубыточности (на конкретном примере)	2	2
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Методы распределения товаров	2	2
<b>Самостоятельная работа №13:</b> Доклад по теме: «Логистика»	2		
<b>Практическая работа №16:</b> Логистическое товародвижение (на конкретном примере)	2	2	
<b>Содержание учебного материала</b>			

	Коммуникационная политика предприятия	2	2
	<b>Самостоятельная работа №14:</b> Реферат на тему: «Стимулирование сбыта»	2	2
	<b>Практическая работа №17:</b> Рекламная кампания (на конкретном примере)	2	2
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Международный маркетинг	2	2
	<b>Практическая работа №18:</b> Разработка международной маркетинговой стратегии. Формы, цели и методы проникновения на международный рынок.	2	2
	<b>Практическая работа №19:</b> Международное планирование продукции.	2	2
	<b>Практическая работа №20:</b> Разработка международной маркетинговой стратегии (на конкретном примере)	2	2
	<b>Самостоятельная работа №15:</b> Реферат на тему: «Из России с любовью...» (на конкретном примере)	2	2
<b>Тема 5. Управление маркетингом на предприятии</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Практическая работа №21:</b> Система планирования маркетинга.	2	2
	<b>Самостоятельная работа №16:</b> Составление плана маркетинга (на конкретном примере)	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Практическая работа №22:</b> Маркетинговый контроль. Структура и организация работы маркетинговых служб.	2	2
	<b>Самостоятельная работа №17:</b> Составление кроссворда (минимум 15 слов из маркетинга)	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Практическая работа №23:</b> Внешняя среда предприятия.	2	2
	<b>Практическая работа №24:</b> Внутренняя среда предприятия	2	2
	<b>Самостоятельная работа №18:</b> Реферат на тему: «Внешняя среда организации (на конкретном примере)»	2	

	<b>Самостоятельная работа №19:</b> Реферат на тему: «Внутренняя среда организации (на конкретном примере)»	2	
	<b>Самостоятельная работа №20:</b> Подготовка к дифференцированному зачету	2	
	Экзамен		
<b>Всего:</b>		<b>120</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета и лаборатории.

Оборудование учебного кабинета:

1. Автоматизированный рабочий модуль преподавателя
2. Комплект ученической мебели исходя из количества студентов
3. Программное обеспечение для проведения практических работ с использованием ПК, проведения тестового контроля знаний студентов (текущего, рубежного и итогового)
4. Комплект учебно-методических материалов преподавателя

Технические средства обучения:

1. Видеопроектор
2. Акустическая система
3. Мультимедийный проектор
4. Мультимедийная доска
5. Персональные компьютеры
6. Телевизор с современным видеоинтерфейсом.

Оборудование лаборатории:

1. Автоматизированный рабочий модуль преподавателя
2. Комплект ученической мебели исходя из количества студентов
3. Оборудование весоизмерительное;
4. Комплект противопожарного инвентаря;
5. Комплект учебно-методической документации;
6. Наглядные пособия (схемы, таблицы);
7. Комплект карточек для проверки знаний обучающихся;
8. Тесты по темам учебной дисциплины.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет - ресурсы

**Основные источники:**

1. Карпова С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 408 с.
2. Синяева И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 495 с.
3. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с.

**Дополнительная**

4. Кузьмина Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с.
5. Реброва Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с.

**Интернет-ресурсы**

www.rbc.ru  
 www.aup.ru  
 www.expert.ru  
 www.4p.ru

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, контрольной работы, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<b>Знания:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;</li> <li>- принципы и функции маркетинга;</li> <li>- сущности стратегического планирования в маркетинге;</li> <li>- этапов жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям);</li> <li>- методов маркетинговых исследований;</li> <li>- факторов маркетинговой среды;</li> <li>- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;</li> <li>- модель потребительского поведения;</li> <li>- природу и цели товародвижения, типы посредников;</li> <li>- ценовые стратегии и методы ценообразования;</li> <li>- цели и средства маркетинговой коммуникации;</li> <li>- основы рекламной деятельности.</li> </ul>	Текущий и рубежный контроль тестовые задания, практические занятия, самостоятельная работа, экзамен
<b>Умения:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;</li> <li>- формировать спрос и стимулировать сбыт;</li> <li>- оценивать конкурентоспособность оказываемых услуг;</li> <li>- принимать участие в разработке комплекса маркетинга;</li> <li>- принимать участие в проведении маркетинговых исследований;</li> <li>- проводить опрос потребителей;</li> <li>- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;</li> <li>- оценивать поведение потребителей.</li> </ul>	практические занятия, самостоятельная работа, экзамен