Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Нестерова Людмила Викторовна
Должность: Директор филиала ИндИ (филиал) ФГБОУ ВО "ЮГУ"
Дата подписания: 28.06.2022 09:30:13
Уникальный программный ключ:
381fbe5f0c4ccc6e500e8bc981c25bb218288e83

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Индустриальный институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Югорский государственный университет»
(ИндИ (филиал) ФГБОУ ВО «ЮГУ»)

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ИндИ (филиала)
ФГБОУ ВО «ЮГУ»
_____ Нестерова Л.В.
30.03.2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 МАРКЕТИНГ

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Нефтеюганск
2022

РАССМОТРЕНО:
Предметной цикловой
комиссией специальных нефтегазовых
дисциплин
Протокол № 7 от 24.03.2022г.
Председатель ПЦК
_____ Г.А. Ребенок

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по УВР _____/ О.В. Гарбар

Заведующий учебно-
методическим кабинетом _____ / Н.И. Савватеева

Зав. библиотекой _____ / С.А. Панчева

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 69 от 05.02.2018г.).
- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 885 и Министерства просвещения Российской Федерации № 390 от 5.08.2020г. (ред. от 18.11.2020г.) «О практической подготовке обучающихся» (зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020г. № 59778);
- Рекомендаций, содержащие общие подходы к реализации образовательных программ среднего профессионального образования (отдельных их частей) в форме практической подготовки, утвержденных Министерством просвещения Российской Федерации от 14.04.2021г.
- Методических рекомендаций по разработке и реализации адаптированных образовательных программ СПО, утвержденных Департаментом государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 20.04.2015 года №06-830 вн.

Разработчики:

_____	Н.В. Макеева	Преподаватель
(подпись, МП)	(инициалы, фамилия)	(занимаемая должность)

Рецензия

на рабочую программу учебной дисциплины ОП.11 Маркетинг
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
Разработчик: Индустриальный институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Югорский государственный университет» (ИндИ (филиал) ФГБОУ ВО «ЮГУ»).

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.11 Маркетинг программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) разработана на основании:

– Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям); Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 69 от 05.02.2018г.;

– Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 885 и Министерства просвещения Российской Федерации № 390 от 5.08.2020г. (ред. от 18.11.2020г.) «О практической подготовке обучающихся» (зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020г. № 59778);

– Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 885 и Министерства просвещения Российской Федерации № 390 от 5.08.2020г. (ред. от 18.11.2020г.) «О практической подготовке обучающихся» (зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020г. № 59778);

– Методических рекомендаций по разработке и реализации адаптированных образовательных программ СПО, утвержденных Департаментом государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 20.04.2015 года №06-830 вн.

– ППССЗ по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Рабочая программа учебной дисциплины имеет четкую структуру, и включает следующие необходимые элементы:

- паспорт рабочей программы учебной дисциплины;
- структура и содержание рабочей программы учебной дисциплины;
- условия реализации рабочей программы учебной дисциплины;
- контроль и оценка результатов освоения рабочей программы учебной дисциплины.

Данная рабочая программа учитывает возможности реализации учебного материала и создания специальных условий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Рабочая программа может быть реализована с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Реализация учебной дисциплины предусматривает проведение практических работ в форме практической подготовке обучающихся.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена логично, структура рабочей программы соответствует принципу единства теоретического и практического обучения, разделы выделены дидактически целесообразно.

В рабочей программе учебной дисциплины определены цели и задачи, условия реализации, требования к результатам освоения.

Учебная нагрузка обучающихся, форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине определяется учебным планом ППССЗ.

Материально-техническая база учебной дисциплины обеспечивает проведение всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Перечень рекомендуемой литературы включает общедоступные основные и дополнительные источники.

В рабочей программе определены формы и методы контроля, используемые в процессе текущего и промежуточного контроля, в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Заключение:

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.11 Маркетинг обеспечивает освоение знаний и умений по учебной дисциплине и направлена на формирование общих и профессиональных компетенций.

Рецензент:
преподаватель ИндИ (филиал)
ФГБОУ ВО «ЮГУ»
Тяжельникова С.В. / _____ / С.В. Тяжельникова

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Маркетинг

1.1. Область применения рабочей программы.

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).**

Данная рабочая программа учитывает возможности реализации учебного материала и создания специальных условий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ).

Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. В филиале создаются специальные условия для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Часть 10 статьи 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Образовательный процесс для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется в едином потоке со сверстниками, не имеющими таких ограничений.

Рабочая программа может быть реализована с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Реализация учебной дисциплины предусматривает проведение лабораторных и практических работ в форме практической подготовке обучающихся.

Практическая подготовка при реализации *учебной дисциплины* организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл, общепрофессиональных дисциплин.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

уметь:

- проводить маркетинговые исследования;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;
- организовывать рекламные компании;
- оценивать конкурентоспособность продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- механизмы ценообразования;

– виды конкуренции, конкурентоспособность организации;
– этапы маркетинговых исследований, их результат.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть **общими и профессиональными компетенциями,** включающими в себя способность:

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 9. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности;

1.4 Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося - 42 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 40 часов, в том числе практической подготовке – 6 – часов;
самостоятельной работы обучающегося - 2 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	
	Всего	в том числе практическая подготовка
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**42**	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**40**	
в том числе:		
-практические занятия	18	6
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**2**	
в том числе:		
-подготовка к дифференцированному зачету	2	
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета в 3 семестре		

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов		Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
		Всего	в том числе практическая подготовка	
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	Основные понятия маркетинга, его цели и задачи. Концепции маркетинга и эволюция их развития. Основные виды маркетинга. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
Тема 2. Товар и товарная политика в маркетинге.	Товар в системе маркетинга и его классификация. Товарная политика. Жизненный цикл товара. Марка и упаковка товаров. Классификация групп товаров	2		
	Практическая работа № 1 Определение показателей качества и анализ жизненных циклов товаров.	2		
Тема 3. Конкуренция и конкурентоспособность.	Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа № 2 Оценка конкурентоспособности предприятия.	2	2	
Тема 4. Поведение потребителей.	Потребители: понятие, классификация по различным признакам. Факторы, оказывающие влияние на решение потребителей о покупке: культурные, социальные, личностные, поведенческие. Процесс принятия решения о покупке.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №3 Описание потребностей человека	2		
Тема 5. Маркетинговые исследования.	Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования и их информационное обеспечение.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №4 Составление анкет, проведение опроса и анализ полученных данных.	2	2	
Тема 6.	Понятие и критерии сегментирования. Сегментирование рынка по	2		

Сегментирование рынка.	группам потребителей, по группам товаров (услуг), по конкурентам.			ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №5 Сегментирование рынка товаров по группам потребителей.	2		
Тема 7. Маркетинговые коммуникации.	Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций. Формы маркетинговых коммуникаций. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Связь с общественностью. Фирменный стиль, торговая марка организации.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №6 Создание фирменного стиля.	2		
Тема 8. Реклама.	Реклама как инструмент продвижения товара на рынок. Виды рекламы. Понятие, назначение рекламы, цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Эффективность рекламы.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №7 Анализ рекламы	2		
Тема 9. Ценовая политика в маркетинге.	Цена как экономическая категория рыночного хозяйства. Система цен и их классификация. Формирование маркетинговой цены продажи. Факторы, влияющие на формирование цен. Равновесная цена. Ценовые стратегии в маркетинге.	2		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №8 Расчёт цены товара.	2	2	
Тема 10. Сбытовая политика в маркетинге.	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товара, сбытовая политика. Цели и задачи и направления сбытовой политики. Средства сбыта: каналы распределения, их виды, функции. Формирование каналов товародвижения. Система товародвижения в маркетинге. Торговые посредники.	4		ОК 01-05, ОК 09-11, ПК 4.4
	Практическая работа №9 Средства стимулирования сбыта	2		
	Самостоятельная работа №1 Подготовка к дифференцированному зачету	2		
Всего		**42**	6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для освоения рабочей программы учебной дисциплины **«Маркетинг»** имеется учебный кабинет Основ экономики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест:

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

Технические средства обучения:

- мультимедиа-проектор;
- персональный компьютер;
- калькулятор.

3.2. Информационное обеспечение обучения:

Основные источники:

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. - 6-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 214 с. - ISBN 978-5-394-03163-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091798
2. Маркетинг : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: ИНФРА-М : Академ-центр, 2018. - 368 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-005703-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/959873

Дополнительные источники:

1. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. - 240 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-769-7. - Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1009593
2. Морошкин, В. А. Маркетинг: учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарёва, Н.Ю. Курганова. — Москва: ФОРУМ, 2020. — 352 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-432-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1072282

Интернет-ресурсы:

1. СПС «Консультант Плюс»: сайт.- URL: http://www.consultant.ru - Текст: электронный.
2. Электронная библиотечная система Znanium.com: сайт. - URL: http://znanium.com - Текст: электронный.
3. Электронная библиотечная система Юрайт: сайт. - URL: https://urait.ru/ - Текст: электронный.

3.3 Условия реализации рабочей программы для инвалидов и лиц с ОВЗ

При реализации рабочей программы учебной дисциплины **«Маркетинг»** для инвалидов и лиц с ОВЗ в едином потоке со сверстниками, не имеющими таких ограничений, нормативный срок освоения программы не увеличивается.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ обучение проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При изучении учебной дисциплины **«Маркетинг»** для инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- осуществление процесса обучения для инвалидов и лиц с ОВЗ в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья;
- индивидуальное консультирование инвалидов и лиц с ОВЗ;
- пользование необходимыми техническими средствами обучения;
- организации рабочего места для инвалидов и лиц с ОВЗ;
- обеспечение печатными и электронными образовательными ресурсами (учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

В зависимости от конкретного вида ограничения здоровья (нарушения слуха (глухие, слабослышащие), нарушения зрения (слепые, слабовидящие), нарушения опорно-двигательного аппарата и др.) обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- обеспечение индивидуального равномерного освещения не менее 300 люкс;
- для выполнения заданий инвалидам и лицам с ОВЗ при необходимости предоставляется увеличивающиеся устройство;
- задания для практических, лабораторных, самостоятельных и иных работ оформляются увеличенным шрифтом;
- по желанию обучающихся текущий и итоговый контроль знаний по учебной дисциплине проводится в письменной, устной и иной удобной форме.

Реализация рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг» обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю данной программы и прошедших обучение по программе «Инклюзивное образование в ВУЗе».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины **«Маркетинг»** осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, выполнения курсовой работы, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь:	
проводить маркетинговые исследования;	– оценка выполнения практической работы №1,4,5,8
выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	– оценка выполнения практической работы №3
применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;	– оценка выполнения практических работ №9
организовывать рекламные компании;	– оценка выполнения практических работ №6,7
оценивать конкурентоспособность продукта.	– оценка выполнения практических работ №2
знать:	
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	– устный опрос по теме 1 – письменный опрос по теме 1
механизмы ценообразования;	– устный опрос по теме 9
виды конкуренции, конкурентоспособность организации;	– устный опрос по теме 3 – тестирование по теме 3
этапы маркетинговых исследований, их результат.	– устный опрос по теме 5 – письменный опрос по теме 5