

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кожедеров Александр Игоревич
Должность: Директор филиала ИндИ (филиал) ФГБОУ ВО «ЮГУ»
Дата подписания: 16.10.2024 16:37:10
Уникальный программный ключ:
7f4522f81a862743c2711b37d9dd0f6adf40c4c8

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

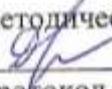
Индустиальный институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Югорский государственный университет»
(ИндИ (филиал) ФГБОУ ВО «ЮГУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Маркетинг

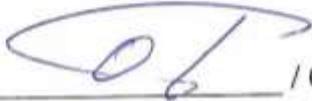
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

РАССМОТРЕНО:
Предметной цикловой
комиссией специальных нефтегазовых
дисциплин ПЦК по приказу
Протокол № 6 от 29.03.2024г.
Председатель ПЦК
 Г.А. Ребенко

СОГЛАСОВАНО:
Председатель
Методического совета
 Г.Р. Давлетбаева
Протокол № 5 от 21.03.2024г.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по образовательной деятельности


/ О.В. Гарбар

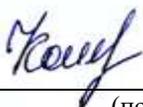
Руководитель
учебно-производственного комплекса


/ Н.С. Бильяева

Зав. библиотекой


/ С.А. Панчева

Разработчик:



(подпись, МП)

Н.В. Макеева

(инициалы, фамилия)

Преподаватель

(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 имеет четкую структуру, и включает следующие необходимые элементы:

- общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины
- структура и содержание учебной дисциплины
- условия реализации учебной дисциплины
- контроль и оценка результатов освоения 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 ППСЗ.

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.11 МАРКЕТИНГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.11 Маркетинг является частью общепрофессионального учебного цикла программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 4.4.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения 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 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

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

ОК 9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

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

1.3. Реализация рабочей программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ).

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.

1.4. Реализация учебной дисциплины в форме практической подготовки и с применением электронного обучения.

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.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий, 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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	52
в т.ч. в форме практической подготовки	18
в т. ч.:	
теоретическое обучение	22
лабораторные работы	-
практические занятия	18
курсовая работа (проект)	-
<i>Самостоятельная работа</i>	2
Промежуточная аттестация	10

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	Содержание	2/0/0	
	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, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 2. Товар и товарная политика в маркетинге.	Содержание	4/2/0	
	Товар в системе маркетинга и его классификация. Товарная политика. Жизненный цикл товара. Марка и упаковка товаров. Классификация групп товаров	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа № 1 Определение показателей качества и анализ жизненных циклов товаров.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04,

			ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3. Конкуренция и конкурентоспособность	Содержание	4/2	
	Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа № 2 Оценка конкурентоспособности предприятия.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 4. Поведение потребителей.	Содержание	4/2	
	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, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №3 Описание потребностей человека	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04,

			ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 5. Маркетинговые исследования.	Содержание	4/2	
	Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования и их информационное обеспечение.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №4 Составление анкет, проведение опроса и анализ полученных данных.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 6. Сегментирование рынка.	Содержание	4/2	
	Понятие и критерии сегментирования. Сегментирование рынка по группам потребителей, по группам товаров (услуг), по конкурентам.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №5 Сегментирование рынка товаров по группам потребителей.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04,

			ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 7. Маркетинговые коммуникации	Содержание	4/2	
	Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций. Формы маркетинговых коммуникаций. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Связь с общественностью. Фирменный стиль, торговая марка организации.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №6 Создание фирменного стиля.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 8. Реклама.	Содержание	4/2	
	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, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №7 Анализ рекламы	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04,

			ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 9. Ценовая политика в маркетинге.	Содержание	4/2	
	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, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №8 Расчёт цены товара	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 10. Сбытовая политика в маркетинге.	Содержание	8/2/2	
	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, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическая работа №9 Средства стимулирования сбыта	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04,

			ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	№1 Подготовка к дифференцированному зачету	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ОК 09, ПК 4.4
Промежуточная аттестация		10	
Всего:		52	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Основ экономики», оснащенный в соответствии с образовательной программой по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Оборудование учебного кабинета:

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

Технические средства обучения:

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные электронные издания

1. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 386 с.— ISBN 978-5-534-16504-3 — URL: <https://urait.ru/bcode/531183> (дата обращения: 12.03.2023). – Текст: электронный.

3.2.2. 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. - ISBN 978-5-91134-769-7. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009593> (дата обращения: 12.03.2024). – Текст: электронный.
2. Морошкин, В. А. Маркетинг: учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарёва, Н.Ю. Курганова. — Москва: ФОРУМ, 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-91134-432-0. - - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072282> (дата обращения: 12.03.2024). – Текст: электронный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<ul style="list-style-type: none"> - составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - механизмы ценообразования; - виды конкуренции, конкурентоспособность организации; - этапы маркетинговых исследований, их результат. 	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка «5» - «отлично» ставится, если обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка. - Оценка «4» - «хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого. - Оценка «3» - «удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого. - Оценка «2» - «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному 	<p>Устный опрос Тестирование Решение ситуационных задач. Практические занятия. Проверочные работы. Экзамен</p>

	<p>овладению последующим материалом.</p> <p>Тестирование</p> <ul style="list-style-type: none"> – «5» - 85-100% верных ответов – «4» - 69-84% верных ответов – «3» - 51-68% верных ответов – «2» - 50% и менее 	
<ul style="list-style-type: none"> – проводить маркетинговые исследования; – выявлять, формировать и удовлетворять потребности; – применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта; – организовывать рекламные компании; – оценивать конкурентоспособность продукта. 	<p>«отлично»</p> <ul style="list-style-type: none"> – работа выполнена без ошибок; – демонстрируются знания теоретического материала и умение их применять; – последовательное, правильное выполнение всех заданий; – умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы. <p>«хорошо»</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрируются знания теоретического материала и умение их применять; – последовательное, правильное выполнение всех заданий; – возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя; – умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы. <p>«удовлетворительно»</p> <ul style="list-style-type: none"> – неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя; – выполнение заданий при подсказке преподавателя; – затруднения в формулировке выводов. <p>«неудовлетворительно»</p> <ul style="list-style-type: none"> – задания не выполнены. 	<p>– оценка выполнения практических работ №1,2,3,4,5,6,7,8,9</p>