

Министерство образования и молодежной политики
Свердловской области
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области «Режевской политехникум»
(ГАПОУ СО «Режевской политехникум»)

Утверждаю:

Директор ГАПОУ СО «Режевской
политехникум»

С.А. Дрягилева
от «16» июня 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.10 МАРКЕТИНГ**

по программе подготовки специалистов среднего звена
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Реж, 2020

Рассмотрено: на заседании
предметно-цикловой
комиссии протокол № 11
от «15» июня 2020 г.

Одобрено: на заседании методического
совета техникума протокол № 11 от
«16» июня 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП12 «Маркетинг» разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по программе
подготовки специалистов среднего звена 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт»

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Режевской политехникум»

Разработчик: Рубцова С.А. преподаватель, высшая квалификационная категория.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по ППСЗ 38.02.01. «Экономика и бухгалтерский учёт» Программа адаптирована для инвалидов и детей инвалидов.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: Дисциплина «Маркетинг» принадлежит к циклу общепрофессиональных дисциплин

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

- проводить опрос потребителей;
- проводить маркетинговые исследования и анализировать их результаты;
- анализировать окружающую среду предприятия;
- проводить сегментацию рынка;
- определять основные этапы ЖЦТ;
- порядок расчета цен в системе маркетинга;
- определять каналы товародвижения;
- определять калькуляцию затрат на проведение рекламной кампании;
- проводить стратегический анализ предприятия.

- составлять примерные бизнес– планы на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу

В результате освоения учебной дисциплины

Знать:

- процесс управления маркетингом;
 - маркетинговые исследования рынка;
 - окружающую среду маркетинга;
 - мотивацию и модель покупательского поведения;
 - сегментирование рынка;
 - жизненный цикл товара;
 - ценовую политику маркетинга;
 - систему товародвижения;
 - маркетинговые коммуникации;
 - средства распространения рекламы;
 - стратегию и планирование маркетинга;
 - среду международного маркетинга.
- о роли и месте бизнес – планирования в области управления финансами и инвестиционными проектами;
- структуру и функции бизнес– планов;
 - методику бизнес– планирования;
- базовые системные программные продукты и проекты прикладных программ по бизнес– планированию.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать общими компетенциями включающими в себя способность:

ОК1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное личностное развитие.

ОК4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.

ОК7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК8 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося 90 часов, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часа;
- самостоятельной работы обучающегося 4 часов.
- консультации 2 часа
- промежуточная аттестация 4 часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	80
в том числе:	
лабораторные занятия	
практические занятия	44
контрольные работы	
курсовая работа (проект)	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	
индивидуальное проектное задание	
тематика внеаудиторной самостоятельной работы	
консультация	2
Итоговая аттестация в форме: дифференцированного зачёта	4

2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины «маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1 Процесс управления маркетингом		10	
Тема 1.1 Маркетинговая концепция управления рынком.	1. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна их концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга	2	ОК1-7, 9-11

1.2 Принципы и функции маркетинга	2.Принципы и функции	2	ОК1-7, 9-11
	3.Практическая работа1 Виды маркетинга в зависимости от спроса.	2	ОК1-7, 9-11
1.3Процесс управления маркетингом	4.Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков.	2	ОК1-7, 9-11
	5.Практическая работа 2 Разработка комплекса маркетинга.	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 2. Окружающая среда маркетинга		6	
Тема 2.1 Маркетинговая среда предприятий.	6.Содержание учебного материала Окружающая среда маркетинга: понятие, виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.	2	ОК1-7, 9-11
	7. Практическая работа3 Анализ факторов,влияющих на деятельность предприятия	2	ОК1-7, 9-11
Тема 2.2 Конкуренция и конкуренты	8.Понятие конкуренции. Уровни конкуренции. Виды конкуренции.	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 3. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.		2	
Тема 3.1. Модель покупательского поведения.	9.Содержание учебного материала Мотивация и модель покупательского поведения.		ОК1-7, 9-11

	<p>Характеристики покупателей.</p> <p>Процесс принятия решения о покупке.</p>	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 4. Сегментирование рынка и позиционирование товара (услуг).		4	
Тема 4.1. Сегментация рынка, его характеристика.	<p>10.Содержание учебного материала</p> <p>Понятие и сущность сегментирования.</p> <p>Способы сегментирования рынка.</p> <p>Анализ данных сегментации рынка.</p>	2	ОК1-7, 9-11
	<p>11.Практическая работа Анализ факторов, влияющих на деятельность предприятия</p>	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 5. Маркетинговые исследования рынка.		6	
Тема 5.1. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	<p>Содержание учебного материала.</p> <p>12. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), классификация.</p> <p>Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Этапы маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информация, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений. Методы сбора и обработки информации. «Анализ потребителя» - как этап в исследовании рынков сбыта.</p>	2	ОК1-7, 9-11

	<p>13.Практическая работа 5 Составление плана маркетингового исследования</p> <p>14.Практическая работа 6 Составление анкеты для проведения маркетингового исследования</p>	2 2	ОК1-7, 9-11
Раздел 6. Разработка товара и товарная политика фирмы.		4	
Тема 6.1. Характеристика товара. Жизненный цикл товара.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>15.Понятие о товаре. Классификация товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ), его характеристика.</p> <p>Этапы ЖЦТ. Методы продления ЖЦТ.</p>	2	ОК1-7, 9-11
.	16 Практическая работа7 Определение жизненного цикла товара	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 7. Методы распространения товаров: каналы распределения и товародвижение.		6	
Тема7.1.Сбытовая политика	<p>Содержание учебного материала.</p> <p>17.Распространение товара, как составная часть комплекса маркетинга.</p> <p>Понятие о каналах сбыта, их функции.</p>	2	ОК1-7, 9-11
Тема7.2 Основные принципы выбора посредника	<p>18Структура товародвижения.</p> <p>Торговые посредники, их характеристика.</p>	2	ОК1-7, 9-11

	19.Практическая работа 8: Эффективность распределения товара	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 8. Ценовая политика.		6	
Тема 8.1. Ценовая политика	20. Содержание учебного материала 1. Сущность ценовой политики. 2.Цели ценообразования в маркетинге.	2	ОК1-7, 9-11
Тема 8.2Основные виды ценовой стратегии	21.Методы расчёта цен в маркетинге. Скидки и премии в ценообразовании. . Ценообразование в комплексе Marketing-mix (4 Р).	2	ОК1-7, 9-11
	22.Практическая работа9: Порядок расчета цен в системе маркетинга	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 9. Маркетинговые коммуникации.		4	
Тема 9.1.Система маркетинговых коммуникаций.	23. Содержание учебного материала. Маркетинговый комплекс продвижение товара. Система маркетинговых коммуникаций (Promotion) Формирование общественного мнения – PR.	2	ОК1-7, 9-11
	24.Практическая работа 10: Калькуляция затрат на проведение рекламной компании	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 10. Стратегия и планирование маркетинга.		2	
Тема 10.1Стратегическое маркетинговое планирование.	25. Определение понятий: стратегия и тактика.	2	ОК1-7, 9-11

	<p>Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.</p> <p>Стратегическое планирование, понятие, основные этапы, контроль над выполнением</p>		
Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 11 Введение в бизнес планирование			
Тема 11.1 Бизнес планирование как элемент экономической политики организации	26. Роль, место и значение бизнес планирования. Участники, заинтересованные в успешном осуществлении проекта	2	ОК1-7, 9-11
Тема 11.2 Бизнес план и принципы овладения его составлением	27. Принципы составления бизнес плана, Цели и задачи бизнес плана, требования к разработке бизнес плана	2	ОК1-7, 9-11
Раздел 12 Содержание и порядок разработки бизнес плана.			
Тема 12.1 Структура бизнес плана	28. Назначение и применение бизнес плана. Основные разделы бизнес плана, их содержание	2	ОК1-7, 9-11
Тема 12.2 Стратегическое планирование	29. Практическая работа 11 Бизнес и его стратегия		ОК1-7, 9-11

		30. Практическая работа 12 Анализ сильных и слабых сторон товара	2	
Тема 12.3 Маркетинговый и производственный план		31. Практическая работа 13 Анализ рынка. 32. Практическая работа 14 .Маркетинговый план 33. Практическая работа 15 34. Практическая работа 16 Планирование материальных и трудовых ресурсов 35. Практическая работа 17 Управление и процесс принятия решений	2 2 2 2 2	ОК1-7, 9-11
Тема 12.4 Стратегия финансирования проекта.		36. Практическая работа 18 .Расчёт цены 37. Практическая работа 19 Финансовый план.	2 2 2	ОК1-7, 9-11
Тема 12.5 Оценка рисков.		38. Практическая работа 20 . План по рискам. 39. Практическая работа 21 .Резюме 40 Практическая работа 22 защита бизнес плана.	2 2 2	ОК1-7, 9-11
		Итого	80	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя,; доска, раздаточный и дидактический материал. В учебные аудитории должен быть беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и детей инвалидов .При необходимости оборудовано специальное рабочее место.

Технические средства обучения: Персональные компьютеры, демонстрационный мультимедийный комплекс. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и детей инвалидов предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2017. – 256 с.
- Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 816 с.
- Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2016. – 320 с.
- Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер. - М.: Прогресс, 2016. – 912 с.
- Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 219 с.
- Маркетинг: Учебник/Под ред. А.Н. Романова. – 4-е изд. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. – 463 с.
- Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. — М.: Юристъ, 2016. — 568 с.
- Михалева Е.П. Маркетинг: конспект лекций. – М.: Юрайт-Издат, 2016. – 222 с.
- .Федько В.П., Федько Н.Г. Маркетинг: 100 экзаменационных ответов. Изд-е 4-е. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2017. – 448 с.

Дополнительные источники:

1. Джакубова Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам - М.: Финансы и статистика, 2016.
2. Бочаров С. А. Основы бизнеса. Учебно-практическое пособие - М.: Евразийский открытый институт, 2017.
3. Лихтерман С. С. Бизнес-планирование. Учебное пособие 3-е изд., стер. - М.: Московский государственный горный университет, 2016.

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
6. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал

Для освоения дисциплины инвалидами и детей инвалидов предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа.

3.3 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по дисциплине: наличие высшего экономического образования, с обязательным прохождением стажировок и повышения квалификации не реже одного раза в 3 года. Педагогические работники, участвующие в реализации АОП ППССЗ, знакомятся с психофизическими особенностями обучающихся –инвалидов и учитывают их при организации образовательного процесса.

3.4 Методическое обеспечение

Обучение организовано с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся .В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и

детей инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица– Результаты освоения учебной дисциплины

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Освоенные умения:	
– составлять бизнес-планы на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу;	оценка выполнения действий обучающихся на практических занятиях
Усвоенные знания:	
– структуру и функции бизнес-планов;	Оценка выполнения практический работ, устный опрос
– требования инвесторов к разработке бизнес-планов;	Оценка выполнения практический работ, фронтальный опрос
– методику бизнес - планирования;	Оценка выполнения практический работ, устный опрос, оценка выполнения тестовых заданий
– базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ по бизнес - планированию;	Оценка выполнения практический работ, фронтальный опрос

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

с нарушением опорно- двигательного аппарата- решение дистанционных тестов Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- проявление инициативы в изучении дисциплины, активное участие в учебной деятельности по образовательной программе, демонстрация удовлетворенности будущей профессией демонстрация интереса к будущей профессии.	<i>наблюдение и оценка сообщений по теме ВСРС</i>
ОК 2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	оперативность поиска необходимой информации, обеспечивающий наиболее быстрое, полное и эффективное выполнение профессиональных задач; - адекватность оценки полезности информации и использование ее в результативном выполнении профессиональных задач, для профессионального роста и личностного развития.	<i>наблюдение в ходе решения ситуативных задач, оценка домашних заданий</i>
. ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное личностное развитие.	- обоснование выбора и применение эффективных методов и способов решения экономических задач; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач	<i>наблюдение и оценка выполнения домашних заданий</i>
ОК 4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	- демонстрация способности взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; -самоанализ и коррекция результатов собственной работы;	<i>Оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	<i>решение ситуативных задач, тестирование.</i>

ОК6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	- демонстрация любви к Родине, окружающим людям, отношении общероссийским ценностям.	<i>наблюдение и оценка выполненных работ</i>
ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	- демонстрация действий по охране окружающей среды и чрезвычайных ситуациях.	<i>наблюдение и оценка выполненных работ</i>
ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	-демонстрация применения информационных технологий	<i>наблюдение и оценка выполненных работ</i>
ОК10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- демонстрация использования документации на государственном и иностранном языках.	<i>наблюдение и оценка выполненных работ</i>
ОК11Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	- демонстрация правил поведения в различных финансовых ситуациях.	<i>наблюдение и оценка выполненных работ</i>