

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной  
работе

                    Лейфа                     А.В. Лейфа

« 2 » марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине

МДК.03.04 Маркетинг

Специальность 21.02.13 Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений полезных  
ископаемых

Квалификация выпускника – Техник-геолог

Год набора – 2024

Курс       3       Семестр       6      

Общая трудоемкость дисциплины 44.0 (академ. час)

Составитель Е.А. Фисенко, , Первая квалификационная категория

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.13 Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений полезных ископаемых, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.07.2022 № 611

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

13.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Кирилюк Н.В. Кирилюк

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Кирилюк Н.В. Кирилюк

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Ефремова О.В. Ефремова

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 2 » марта 2024 г.

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Программа учебной дисциплины МДК.06.03 Маркетинг является частью ПМ.06 Основы цифровой экономики по специальности 21.02.13 Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений полезных ископаемых

Программа учебной дисциплины МДК.06.03 Маркетинг может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке направления: экономика, бухгалтерский учет, логистика, предпринимательство.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина МДК.06.03 Маркетинг относится к группе дисциплин профессионального цикла, читается в 6 семестре в объеме 44 часа.

Для успешного освоения курса обучающиеся должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: основы финансовой грамотности, основы предпринимательства, бизнес-планирование.

На компетенциях, формируемых дисциплиной базируются сдача экзамена по модулю.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

### 3.1. Общие компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общих компетенций	Код и наименование общих компетенции	Минимальные требования
ОК-3	ОК-3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Умения: определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; устанавливать личные финансовые цели, различать основные виды расходов и способы их оптимизации; уметь работать с информацией в цифровой среде; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею. Знание: возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы финансовой грамотности; основы предпринимательской деятельности; общее представление о том, что необходимо для открытия

		собственного бизнеса; правила разработки бизнес-планов.
--	--	--

### 3.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Минимальные требования
ПК 3.2.	ПК 3.2. Принимать решения по комплектованию структурного подразделения исполнителей и организации работы структурного подразделения.	Уметь: - рационально организовывать рабочие места, участвовать в расстановке кадров, обеспечивать их предметами и средствами труда; - обеспечивать соблюдение правил безопасности труда; - инструктировать и контролировать исполнителей на всех стадиях работ; - принимать и реализовывать управленческие решения. Знать: - основы организации и планирования деятельности работы структурного подразделения; - характер взаимодействия с другими подразделениями; - современных технологий управления работой структурного подразделения.
ПК 3.3.	ПК 3.3. Реализовывать мероприятия по повышению эффективности работ, направленных на снижение трудоемкости и повышение производительности труда.	Уметь: - планировать работу исполнителей; - мотивировать работников на решение производственных задач. Знать: - методы планирования работ исполнителей; - виды, формы и методы мотивации персонала, в т.ч. материального и нематериального стимулирования работников; - методы оценивания качества выполняемых работ; - методы контроля и оценки работ исполнителей.

## 4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1.22 зачетных единицы, 44.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

4.10 – У (Уроки)

4.11 – С (Семинарские занятия)

1	2	3	4											5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.10	4.11	4.7	4.8	4.9			
1	Тема 1. Сущность маркетинга	6	2		4											Практическая работа
2	Тема 2. Маркетинговая среда предприятия	6	2		4											Практическая работа
3	Тема 3. Сегментирование рынка	6	2		4											Практическая работа
4	Тема 4. Конкурентная среда	6	2		2					2						Практическая работа
5	Тема 5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	6	2		2											Практическая работа
6	Тема 6. Товарная политика	6	2		2											Практическая работа
7	Тема 7. Ценовая политика	6	2													Практическая работа
8	Тема 8. Сбытовая политика	6	2													Практическая работа
9	Тема 9. Коммуникационная политика	6	2							2						Практическая работа
11	Промежуточная аттестация	6														
11	Тема 10.	6	2		2											Практическая работа

Организация и контроль маркетинга на предприятии															кая работа
Итого		20.0	20.0	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Тема 1. Сущность маркетинга	Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. Основные концепции маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга.
2	Тема 2. Маркетинговая среда предприятия	Понятие маркетинговой среды. Сущность макросреды предприятия. Сущность микросреды предприятия. SWOT-анализ.
3	Тема 3. Сегментирование рынка	Понятие и роль сегментов рынка. Признаки сегментирования потребительского рынка. Критерии выбора целевого сегмента. Позиционирование товара.
4	Тема 4. Конкурентная среда	Сущность, понятие, виды конкуренции. Конкурентоспособность организации и товаров: критерии оценки и конкурентные преимущества.
5	Тема 5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Маркетинговая информация: понятие и сущность. Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи и объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Методы маркетинговых исследований.
6	Тема 6. Товарная политика	Основные виды товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). ЖЦТ и маркетинговая стратегия.
7	Тема 7. Ценовая политика	Понятие, сущность и виды цен. Ценовые стратегии. Порядок и методы ценообразования.
8	Тема 8. Сбытовая политика	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Каналы распределения: виды, уровни. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Каналы товародвижения.
9	Тема 9. Коммуникационная политика	Коммуникации в маркетинге. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Понятие и сущность стимулирования сбыта. Виды инструментов стимулирования сбыта. Личная продажа: понятие и особенности. Сущность, понятие, история возникновения PR. Цели, виды и функции PR. Фирменный стиль: цели, элементы, носители.
10	Тема 10. Организация и контроль маркетинга на предприятии	Организационные структуры управления маркетингом: сильные и слабые стороны различных маркетинговых структур.

	Контроль маркетинга: виды, объекты, цели, назначение.
--	---

### 5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Практическая работа 1	Виды маркетинга с точки зрения спроса
Практическая работа 2	Система маркетинга современной организации
Практическая работа 3	Анализ маркетинговой среды предприятия
Практическая работа 4	Составить SWOT-анализ компании
Практическая работа 5	Сегментирование рынка и потребителей
Практическая работа 6	Позиционирование товара
Практическая работа 7	Оценка конкурентоспособности организаций и ее конкурентные преимущества
Практическая работа 8	Разработка варианта анкеты, проведение маркетингового исследования
Практическая работа 9	Разработка товарного досье
Практическая работа 10	Построение организационной структуры маркетинга

### 5.3. Семинарские занятия

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Тема 4. Конкурентная среда	В рамках изучения темы необходимо подготовить доклад по теме «Оценка конкурентоспособности предприятия»
2	Тема 9. Коммуникационная политика	В рамках изучения темы необходимо подготовить доклад по теме «Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций»

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения современных инструментальных средств: лекции с применением мультимедийных технологий, современного программного и аппаратного обеспечения.

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к промежуточной аттестации в форме д.ф.к.

1. Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга.
2. Основные концепции маркетинга.
3. Окружающая среда маркетинга: понятие, структура.
4. Понятие рынка, его виды и принципы функционирования.
5. Сегментация рынка: понятие, критерии сегментации
6. Позиционирование товара: понятие и процедура.
7. Сущность, понятие, виды конкуренции.
8. Маркетинговая информация и ее виды.
9. Сущность и виды маркетинговых исследований.
10. Товарная политика и планирование продукции на предприятии.

11. Использование товарных марок и упаковки.
12. Понятие, сущность и виды цен. Ценовые стратегии.
13. Сбытовая политика: понятие, виды посредников, особенности каналов товародвижения.
14. Особенности коммуникативной политики.
15. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
16. Стимулирование сбыта: понятие, особенности, методы
17. Пиар: понятие, особенности, виды.
18. Личная продажа: понятие и особенности.
19. Фирменный стиль: цели, элементы, носители.
20. Маркетинговая стратегия: понятие, виды.
21. Понятие и классификация организационных структур маркетинга.
22. Контроль маркетинга: виды, объекты, цели, назначение.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки
ОК-3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Практическая работа
ПК 3.2. Принимать решения по комплектованию структурного подразделения исполнителей и организации работы структурного подразделения.	Практическая работа
ПК 3.3. Реализовывать мероприятия по повышению эффективности работ, направленных на снижение трудоемкости и повышение производительности труда.	Практическая работа

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) литература

#### Основная литература

- 1) Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518996>
- 2) Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536726>
- 3) Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html>

#### Дополнительная литература

- 1) Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://>



urait.ru/bcode/538424

2) Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535399>

3) Константинов, В. И. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/132790.html>

4) Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134193.html>

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	7-Zip	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <a href="http://www.7-zip.org/license.txt">http://www.7-zip.org/license.txt</a> .
2	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <a href="https://ru.libreoffice.org/about-us/license/">https://ru.libreoffice.org/about-us/license/</a>
3	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 <a href="https://www.mozilla.org/en-US/MPL/">https://www.mozilla.org/en-US/MPL/</a>
4	Google Chrome	Бесплатное распространение по лицензии google chromium <a href="http://code.google.com/intl/ru/chromium/terms.html">http://code.google.com/intl/ru/chromium/terms.html</a> на условиях <a href="https://www.google.com/chrome/browser/privacy/eula_text.html">https://www.google.com/chrome/browser/privacy/eula_text.html</a> .
5		

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Занятия по учебной дисциплине проводятся в учебном кабинете.

Оснащение кабинета: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, проекционный экран, ПК.