

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.04.05 Маркетинг

Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Квалификация выпускника – Операционный логист

Год набора – 2024

Курс 3 Семестр 6

Общая трудоемкость дисциплины 36.0 (академ. час)

Составитель Е.А. Фисенко, , Первая квалификационная категория

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

2024

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного приказом Министерство просвещения Российской Федерации от 21.04.2022 № 257

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

15.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Кирилук Н.В. Кирилук

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 2 » марта 2024 г.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 Маркетинг является частью ПМ.04 Планирование и оценка эффективности работы логистических систем, контроль логистических операций специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 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

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 Маркетинг относится к группе дисциплин профессионального цикла, читается в 6 семестре в объеме 36 часов.

Для успешного освоения курса обучающиеся должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: экономика организации, основы предпринимательства, бизнес-план.

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 02.	ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Умения: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.
ОК 04.	ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. Знания: психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности.

3.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа)	Код и наименование	Минимальные требования
--------------------	--------------------	------------------------

профессиональных компетенций	профессиональных компетенции	
ПК 5.3.	ПК 5.3. Креативное мышление	<p>Иметь практический опыт способность человека генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов.</p> <p>Знать: основные виды цифрового контента, способы создания, модификации, интеграции данных.</p> <p>Уметь: ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов.</p>
ПК 5.4.	ПК 5.4. Управление информацией и данными.	<p>Иметь практический опыт искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач.</p> <p>Знать: менеджмент информационного контента управления проектами, просмотр, поиск и фильтрация данных, информации цифрового контента; основы информационной безопасности.</p> <p>Уметь: проектировать деятельность с использованием цифровых образовательных ресурсов.</p>
ПК 5.5.	ПК 5.5. Критическое мышление в цифровой среде	<p>Иметь практический опыт а проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.</p> <p>Знать: интеллектуальные системы и</p>

		технологии, оценку данных, информации и цифрового контента. Уметь: находить, анализировать, структурировать информацию для создания электронных материалов.
--	--	--

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1.00 зачетных единицы, 36.0 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. Поведение потребителей	6	2							2							Опрос
5	Тема 5. Маркетинговая информация и	6	2		2												Практическая работа

	маркетинговые исследования														
6	Тема 6. Товарная политика	6	2		2									2	Практическая работа
7	Тема 7. Ценовая политика	6	2											2	Опрос
8	Тема 8. Сбытовая политика	6	2											2	Опрос
9	Тема 9. Коммуникационная политика	6	2						2						Опрос
11	Тема 10. Организационные структуры маркетинга	6	2											2	Опрос
11	Промежуточная аттестация	6													
	Итого			20.0	16.0	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	

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. Поведение потребителей	Внешние и внутренние факторы влияния на поведение потребителей. Сущность мотивации. Этапы принятия потребительского решения.
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	Цели, задачи и основные направления сбытовой

	политика	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. Организационные структуры маркетинга	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	Сегментирование рынка и потребителей
Практическая работа 5	Позиционирование товара
Практическая работа 6	Разработка варианта анкеты, проведение маркетингового исследования
Практическая работа 7	Разработка товарного досье

5.3. Семинарские занятия

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Тема 4. Поведение потребителей	В рамках изучения темы необходимо подготовить доклад по теме «Факторы, влияющие на поведение потребителей»
2	Тема 9. Коммуникационная политика	В рамках изучения темы необходимо подготовить доклад по теме «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Тема 6. Товарная политика	В рамках изучения темы необходимо подготовить конспект по теме «Упаковка и маркировка товара»	2

2	Тема 7. Ценовая политика	В рамках изучения темы необходимо подготовить конспект по теме «Методы ценообразования»	2
3	Тема 8. Сбытовая политика	В рамках изучения темы необходимо подготовить конспект по теме «Методы стимулирования сбыта продукции»	2
4	Тема 10. Организационные структуры маркетинга	В рамках изучения темы необходимо подготовить конспект по теме «Роль службы маркетинга на предприятии»	2

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 Сущность понятия «Маркетинг».
- 2 Основные понятия маркетинга.
- 3 Классификация видов маркетинга.
- 4 Основные функции и принципы маркетинга.
- 5 Факторы макросреды предприятия.
- 6 Факторы микросреды предприятия.
- 7 Роль и значение маркетинга в деятельности предприятия.
- 8 Система маркетинговой деятельности предприятия.
- 9 Исследование, анализ и прогнозирование рынка.
- 10 Разработка комплекса маркетинга по видам продукции и услуг.
- 11 Управление маркетинговой деятельностью на предприятии.
- 12 Понятие сегментирования рынка, цели, задачи.
- 13 Принципы сегментирования рынков потребительского и производственного назначения.
- 14 Этапы сегментирования рынка.
- 15 Выбор целевого сегмента.
- 16 Позиционирование товара, стратегии позиционирования.
- 17 Понятие и сущность маркетинговых исследований.
- 18 Этапы процесса маркетинговых исследований.
- 19 Методы маркетинговых исследований.
- 20 Товарная политика предприятия.
- 21 Жизненный цикл товара и задачи маркетинга на различных его этапах.
- 22 Товарный ассортимент, товарная номенклатура.
- 23 Новый товар в маркетинге.
- 24 Упаковка и маркировка товара.
- 25 Сущность политики ценообразования на предприятии.
- 26 Этапы процесса ценообразования.
- 27 Методы ценообразования.
- 28 Разработка стратегии ценообразования.
- 29 Каналы распределения продукции в маркетинге.
- 30 Разработка структуры каналов распределения.
- 31 Участники каналов распределения.
- 32 Маркетинговые коммуникации: понятия, основные инструменты.
- 33 Реклама в системе маркетинга.

34 Система стимулирования сбыта на предприятии.

35 Сущность, понятие службы маркетинга на предприятии.

36 Виды организационных структур маркетинга.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Практическая работа
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Практическая работа
ПК 5.3. Креативное мышление	Практическая работа
ПК 5.4. Управление информацией и данными.	Практическая работа
ПК 5.5. Критическое мышление в цифровой среде	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, 2024. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16790-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531712>

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) 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 http://www.7-zip.org/license.txt .
2	Google Chrome	Бесплатное распространение по лицензии google chromium http://code.google.com/intl/ru/chromium/terms.html на условиях https://www.google.com/chrome/browser/privacy/eula_text.html .
3	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
4	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/

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.