

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УиНР

А.В. Лейфа

« 21 » 06 _____ ГОД.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
по дисциплине

ОП.15. Маркетинг и маркетинговые исследования

Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике
Квалификация выпускника – Операционный логист
Год набора 2022
Курс 2 Семестр 4
Дифференцированный зачет 4 семестр
Лекции 30 (акад.час.)
Практические занятия 24 (акад.час.)
Самостоятельная работа 41 (акад.час.)
Общая трудоемкость дисциплины 95 (акад.час.)


Составитель: Фисенко Е.А.

2022 г

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности СПО 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного приказом министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 № 834


Рабочая программа обсуждена на заседании ЦМК социально-экономических дисциплин

« 08 » 06 2022 г., протокол № 10

Председатель ЦМК  Н.В. Кирилук

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

 Н.В. Дремина

« 08 » 06 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

с научной библиотекой

 О.В. Петрович

« 20 » 06 2022 г.

1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.15. Маркетинг и маркетинговые исследования является частью ППССЗ по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Программа учебной дисциплины может быть использована в разработке программ дополнительного профессионального образования и профессиональной подготовке работников в области маркетинговой деятельности предприятий по профессии операционный логист в рамках специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина ОП.15. Маркетинг и маркетинговые исследования относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессиональной подготовки, читается в 4 семестре в объеме 95 академических часов.

На компетенциях, формируемых дисциплиной, базируется изучение профессиональных модулей, прохождение учебной, производственной и преддипломной практики, а также подготовка и защита выпускной квалификационной работы.

3. Показатели освоения учебной дисциплины:

Результатом освоения учебной дисциплины/(МДК) является овладение общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ПК 1.1	Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом. Организовывать работу элементов логистической системы
ПК 1.2	Планировать и организовывать документооборот в рамках участка логистической системы. Принимать, сортировать и самостоятельно составлять требуемую документацию
ПК 1.3	Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения

ПК 1.4	Владеть методикой проектирования, организации и анализа на уровне подразделения (участка) логистической системы управления запасами и распределительных каналов
ПК 1.5	Владеть основами оперативного планирования и организации материальных потоков на производстве
ПК 2.2	Применять методологию проектирования внутрипроизводственных логистических систем при решении практических задач
ПК 2.4	Осуществлять управление заказами, запасами, транспортировкой, складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом
ПК 3.3	Рассчитывать и анализировать логистические издержки
ПК 3.4	Применять современные логистические концепции и принципы сокращения логистических расходов
ПК 4.1	Проводить контроль выполнения и экспедирования заказов
ПК 4.2	Организовывать прием и проверку товаров (гарантия получения заказа, проверка качества, подтверждение получения заказанного количества, оформление на получение и регистрацию сырья); контролировать оплату поставок
ПК 4.3	Подбирать и анализировать основные критерии оценки рентабельности систем складирования, транспортировки
ПК 4.4	Определять критерии оптимальности функционирования подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- пользоваться информационным обеспечением для анализа маркетинговой деятельности;
- проводить опрос потребителей;
- определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;
- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды предприятия, принимать маркетинговые решения;
- оценивать поведение покупателей.

знать:

- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;
- принципы и функции маркетинга;
- сущность стратегического планирования в маркетинге;
- этапы жизненного цикла товара;
- методы маркетинговых исследований;
- факторы маркетинговой среды;
- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;
- модель покупательского поведения;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования;
- цели и средства маркетинговой коммуникации;
- основы рекламной деятельности.

-

4. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.15. Маркетинг и маркетинговые исследования

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень усвоения
1	2	3	4
Тема 1. Сущность маркетинга	Содержание учебного материала		
	Сущность маркетинга, его цели и основные категории. Принципы, функции, методы маркетинга Понятие о маркетинговой среде.	2	2
	Классический комплекс маркетинга. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности		
	Практическое занятие № 1		
	Основные понятия маркетинга История развития маркетинга Виды маркетинга с точки зрения спроса Другие виды маркетинга	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся:		
1	Составление глоссария основных понятий маркетинга	4	2
2	Подготовка рефератов на тему "История развития маркетинга"	4	3
Тема 2. Маркетинговая среда предприятия	Содержание учебного материала		
	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка	2 2	2
	Практическое занятие № 2		
	Изучение и анализ контролируемых и неконтролируемых факторов маркетинговой среды. Кейс-задание	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с учебной литературой	4	2
Тема 3. Сегментирование рынка	Содержание учебного материала		
	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Принципы сегментирования потребительского рынка.	2	2

	Критерии выбора сегмента рынка.	2	
	Позиционирование товара.		
	Практическое занятие № 3 Кейс-задание	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся: Конспект статьи о сегментации потребителей	4	2
Тема 4 Поведение потребителей	Содержание учебного материала		
	Внешние и внутренние факторы влияния на поведение потребителей	2	2
	Сущность мотивации. Этапы принятия потребительского решения.		
	Организационное потребительское поведение. Консьюмеризм.	2	
	Практическое занятие № 4 Кейс-задание	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся: Конспект на тему "Виды покупок"	4	2
Тема 5 Стратегии и планирование комплекса маркетинга	Содержание учебного материала		
	Определение понятий: стратегия и тактика. Направление и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование: понятие, основные этапы процесса планирования. Краткая характеристика основных этапов.	2	2
	Практическое занятие № 5		
	Метод портфельного анализа "Матрица БКГ"	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с учебной литературой	4	2
Тема 6 Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Содержание учебного материала		
	Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи и объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований. Коррекция и оптимизация результатов. Методы маркетинговых исследований.	2	2
	Практическое занятие № 6		
	Составление анкеты для проведения маркетингового исследования	2	3
	Практическое занятие № 7		
	Анализ маркетингового исследования и принятие решений по его итогам	2	3
	Самостоятельная работа: Подготовка реферата на тему Анализ рынка сои.	6	3

		Анализ рынка молока. Анализ рынка золота. Анализ рынка строительства жилья. Анализ рынка электроэнергии.		
Тема 7 Товарная политика	Содержание учебного материала			
		Основные виды товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). ЖЦТ и маркетинговая стратегия.	2	2
		Уровни товара. Ассортимент.		
		Новый товар и его значение для экономического развития. Источники и методы поиска идей новых продуктов. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта.		
		Практическое занятие: № 7 Кейс-задание. Определение жизненного цикла товара	2	3
		Практическое занятие № 8 Упаковка и маркировка товара.	2	2
		Самостоятельная работа обучающихся		3
	Подготовка презентаций на темы - Упаковка товара. - Маркировка товара. - Новые виды упаковки товара. Подготовка к защите практических работ	6 3		
Тема 8 Ценообразование в маркетинге	Содержание учебного материала			
		Сущность цены. Виды цен. Установление цены товара. Факторы ценообразования: структура издержек, покупательский спрос на товар, цены конкурентов, стратегии. Ценовая политика. Стратегии установления цен: максимизация текущей прибыли, завоевание доли рынка, выживание и др.	2	2
		Практическое занятие № 9 Кейс-задание	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с учебной литературой	2	2	
Тема 9 Сбытовая политика	Содержание учебного материала			
		Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Каналы распределения: виды, уровни. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Каналы товародвижения.	2	2

	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		
	Практическое занятие № 10 Кейс-задание	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации на тему - Специфика оптовой торговли - Специфика розничной торговли - Характеристика основных видов транспорта Составление таблицы "Сравнительная характеристика посредников в системе сбыта предприятия"	6	3
Тема 10 Коммуни- кационная политика	Содержание учебного материала Сущность маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Реклама как инструмент продвижения продукта. Понятие рекламы и планирование рекламной кампании. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.	2	2
	Практическое занятие № 11 Разработка рекламной кампании	2	3
	Практическое занятие № 12 Оценка эффективности рекламной кампании.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты на темы по истории возникновения рекламы.	4	3
Тема 11. Организа- ционные структуры маркетинга	Содержание учебного материала Организационные структуры управления маркетингом: Сильные и слабые стороны различных маркетинговых структур. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом. Кадры в системе маркетинговых служб. Требования к специалистам в области маркетинга. Особенности организации производственного маркетинга. Совершенствование организации управления амурских предприятий на принципах маркетинга.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с учебной литературой	2	2

Тема 12. Планирование и контроль маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала Планирование маркетинга: общие концепции планирования. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки. Конкретизация и оценка маркетинговых стратегий и мероприятий. Разработка программ в области маркетинговой деятельности. Организация планирования маркетинга. Цели и задачи контроля маркетинговой деятельности. Виды маркетингового контроля: контроль над выполнением годовых планов, контроль прибыльности, контроль эффективности, стратегический контроль. Организационные аспекты контроля маркетинга. Уровни контроля: организация в целом, структурные подразделения, внешний контроль.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с учебной литературой	1	2
Всего:		95	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

5. Образовательные технологии

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

При проведении занятий используются активные и интерактивные формы.

Тип занятия / Формы/Методы	Лекционные занятия	Практические занятия
Разбор конкретной ситуации	Тема 4. Поведение потребителей Тема 7. Товарная политика	Тема 4. Поведение потребителей Тема 7. Товарная политика
Метод проектов	Тема 6. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Тема 6. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

6. Условия реализации программы дисциплины/(МДК)

6.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Занятия по учебной дисциплине проводятся в учебном кабинете менеджмента и лаборатории компьютеризации профессиональной деятельности.

Оснащение:

В кабинете менеджмента: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, телевизор, ПК.

Оснащение в лаборатории компьютеризации профессиональной деятельности: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, ПК.

6.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. 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>

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491566>

3. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>

Дополнительная литература

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491691>

4. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489738>

5. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : сб. учеб.-метод. материалов для спец. 38.02.03 "Операц. деятельность в логистике" / АмГУ, ФСПО ; сост. А. А. Санова. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2018. - 59 с. - Режим доступа : https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/10214.pdf

Перечень программного обеспечения.

1. Операционная система MS Windows XP SP3 - DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Субли-цензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года, 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, Mozilla Firefox - Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 <https://www.mozilla.org/en-US/MPL/>, LibreOffice - бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <https://ru.libreoffice.org/about-us/license/>, WinDjView - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.htm>, VLC - бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL-2.1+ <http://www.videolan.org/press/lgpl-libvlc.html>, 7-Zip - бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <http://www.7-zip.org/license.txt>, GIMP - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.htm>, Notepad++ - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <https://notepad-plus-plus.org/news/notepad-6.1.1-gpl-enhancement.html>

1. Операционная система MS Windows XP SP3 - DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Субли-цензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года, Операционная система Windows Server 2008 - DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Субли-цензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года, Lazarus - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL-2.0 <http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html>, DevC++ - бесплатное распространение по стандартной общественной лицензии GNU AGPL <http://www.gnu.org/licenses/agpl-3.0.html>, VirtualBox - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <https://www.virtualbox.org/wiki/GPL>, 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, Mozilla Firefox - Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 <https://www.mozilla.org/en-US/MPL/>, LibreOffice - бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <https://ru.libreoffice.org/about-us/license/>, WinDjView - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.htm>, VLC - бесплатное распространение по

лицензии GNU LGPL-2.1+ <http://www.videolan.org/press/lgpl-libvlc.html>, 7-Zip - бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <http://www.7-zip.org/license.txt>, GIMP - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.htm>, Notepad++ - бесплатное распространение по лицензии GNU GPL <https://notepad-plus-plus.org/news/notepad-6.1.1-gpl-enhancement.html>

7. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, устного опроса, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, самостоятельной работы

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные категории маркетинга в практической деятельности; - пользоваться информационным обеспечением для анализа маркетинговой деятельности; - проводить опрос потребителей; - определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга; - изучать и анализировать факторы маркетинговой среды предприятия, принимать маркетинговые решения; - оценивать поведение покупателей. 	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга; - принципы и функции маркетинга; - сущность стратегического планирования в маркетинге; - этапы жизненного цикла товара; - методы маркетинговых исследований; - факторы маркетинговой среды; - критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке; - модель покупательского поведения; - природу и цели товародвижения, типы посредников; - ценовые стратегии и методы ценообразования; - цели и средства маркетинговой коммуникации; - основы рекламной деятельности. 	
<p>Промежуточная аттестация</p>	<p>Дифференцированный зачет</p>