

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 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

МДК.03.03 Маркетинг

Специальность 13.02.11 Техническая эксплуатация и обслуживание электрического и электромеханического оборудования (по отраслям)

Квалификация выпускника – Техник

Год набора – 2023

Курс 4 Семестр 7

Общая трудоемкость дисциплины 40.0 (академ. час)

Составитель Е.А. Фисенко, преподаватель,

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

2023

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 13.02.11 Техническая эксплуатация и обслуживание электрического и электромеханического оборудования (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (с изменениями от 01.09.2022 №796 Приказ Минпросвещения России) от 07.12.2017 № 1196

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

17.02.2023 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Кирилюк Н.В. Кирилюк

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Дрёмина Н.В. Дрёмина

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Казакова Т.А. Казакова

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Годосейчук А.А. Годосейчук

« 2 » марта 2023 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

Программа МДК.03.03 Маркетинг является частью ПМ.03 Организация деятельности производственного подразделения по специальности 13.02.11 Техническая эксплуатация и обслуживание электрического и электромеханического оборудования (по отраслям)

Программа учебной дисциплины МДК.03.03 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.03.03 Маркетинг относится к группе дисциплин профессионального цикла, читается в 7 семестре в объеме 40 часов.

Для успешного освоения курса обучающиеся должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: организация предпринимательской деятельности, планирование и организация работы структурного подразделения.

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	Код и наименование индикатора достижения общей компетенции
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 актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования. Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.

9	Тема 9. Коммуникационная политика	7	2										Опрос
10	Тема 10. Организация и контроль маркетинга на предприятии	7	2										Опрос
11	Промежуточная аттестация	7											
Итого			32.0	8.0	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	Сегментирование рынка и потребителей
Практическая работа 3	Разработка варианта анкеты, проведение маркетингового исследования
Практическая работа 4	Разработка товарного досье

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

7. 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.

Формы/Методы	лекционные занятия	практические/лабораторные/семинарские занятия
Метод проектов	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Разработка варианта анкеты, проведение маркетингового исследования

8. 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

9. 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, 2023. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511695>
- 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. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531422>
- 2) Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510420>
- 3) Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html>
- 4) Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86143.html>

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL

		https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

10. 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.