

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.05.03 Маркетинг

Специальность 29.02.10 Конструирование, моделирование и технология изготовления изделий лёгкой промышленности (по видам)

Квалификация выпускника – Технолог-конструктор

Год набора – 2023

Курс 3 Семестр 6

Общая трудоемкость дисциплины 44.0 (академ. час)

Составитель Е.А. Фисенко, преподаватель,

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 29.02.10 Конструирование, моделирование и технология изготовления изделий лёгкой промышленности (по видам) , утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 14.06.2022 №443 от 14.06.2022 № 443

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

16.02.2023 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Кириллюк Н.В. Кириллюк

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Дрёмина Н.В. Дрёмина

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Ефремова О.В. Ефремова

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 2 » марта 2023 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

Программа учебной дисциплины МДК.05.03 Маркетинг является частью ПМ.06 Основы цифровой экономики по специальности 29.02.10 Конструирование, моделирование и технология изготовления изделий лёгкой промышленности (по видам)

Программа учебной дисциплины МДК.05.03 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.05.03 Маркетинг относится к группе дисциплин профессионального цикла, читается в 6 семестре в объеме 44 часов.

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	Код и наименование индикатора достижения общей компетенции
ОК 01.	ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в

		профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 05.	ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Умения: компетентно излагать свои мысли на государственном языке; грамотно оформлять документы. Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.

3.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК.4.3	ПК.4.3 Креативное мышление.	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. Знать: основные виды цифрового контента, способы создания, модификации, интеграции данных. Уметь: ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов.
ПК.4.4	ПК.4.4 Управление информацией и данными.	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.

	Сущность маркетинга												работа
2	Тема 2. Маркетинговая среда предприятия		2		4								Практическая работа
3	Тема 3. Сегментирование рынка		4		4								Практическая работа
4	Тема 4. Конкурентная среда		2		2								Практическая работа
5	Тема 5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования		2		2								Практическая работа
6	Тема 6. Товарная политика		2		2								Практическая работа
7	Тема 7. Ценовая политика		2										Практическая работа
8	Тема 8. Сбытовая политика		2										Практическая работа
9	Тема 9. Коммуникационная политика		2										Практическая работа
11	Тема 10. Организация и контроль маркетинга на предприятии		2		2								Практическая работа
	Итого		24.0		20.0		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	Сущность, понятие, виды конкуренции.

	среда	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

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
Разбор конкретной ситуации	Маркетинговая среда предприятия	Анализ маркетинговой среды предприятия
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 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Практическая работа
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Опрос
ПК.4.3 Креативное мышление.	Практическая работа
ПК.4.4 Управление информацией и данными.	Практическая работа
ПК.4.5 Критическое мышление в цифровой	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 учебном кабинете.

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